

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN  
GADAI EMAS SYARIAH PADA PT PEGADAIAN UPS  
SIMPANG LIMA BANYUWANGI**

**SKRIPSI**



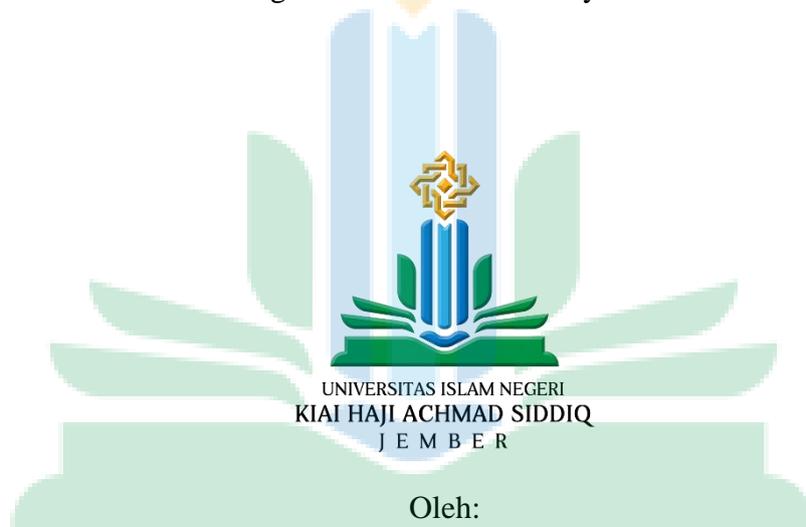
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN  
GADAI EMAS SYARIAH PADA PT PEGADAIAN UPS  
SIMPANG LIMA BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

Putri Arniyati

NIM : 205105010008

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN  
GADAI EMAS SYARIAH PADA PT PEGADAIAN UPS  
SIMPANG LIMA BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa  
Tanggal : 30 April 2024

Disetujui Pembimbing

  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI Mohammad Mirza Pratama, S.ST., M.M SIDDIQ  
NIP. 199112052023211022  
J E M B E R

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN  
GADAI EMAS SYARIAH PADA PT PEGADAIAN UPS  
SIMPANG LIMA BANYUWANGI**

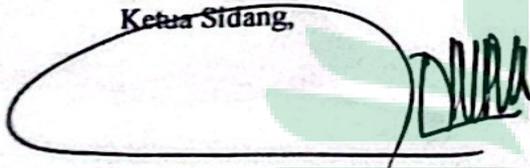
**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Selasa  
Tanggal : 30 April 2024

Tim Penguji

Ketua Sidang,



Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si.  
NIP.197509052005012003

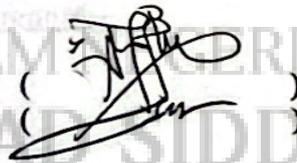
Sekretaris



Dr. Hersa Farida Ooriani, M.E.I.  
NIP.198611292018012001

Anggota :

1. Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I.
2. Mohammad Mirza Pratama, S.ST., M.M



## MOTTO

لَا يُعْلَقُ الرَّهْنُ مِنْ صَاحِبِهِ الَّذِي رَهْنَهُ، لَهُ غُنْمُهُ وَعَلَيْهِ غُرْمُهُ.

"Tidak terlepas kepemilikan barang gadai dari pemilik yang menggadaikannya. Ia memperoleh manfaat dan menanggung resikonya." (HR. Abu Hurairah)



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillahil'alamin, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah aku lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan aku persembahkan kepada orang – orang yang kusayangi dan berarti dalam hidupku.

1. Kepada bapak dan panutanku bapak Miskadi. Beliau memang tidak sempat menyelesaikan bangku perkuliahannya karena alasan tertentu. Namun beliau mampu mendidik anak – anaknya dan penulis. Terima kasih telah memberikan semangat dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai mendapatkan gelar sarjana.
2. Pintu surgaku, ibu Maryati. Terima kasih sebesar – besarnya penulis kepada beliau karena sudah memberikan doa sepenuh hati dan juga semangat, terima kasih atas nasehat yang sudah diberikan walaupun kita sama – sama keras kepala, terima kasih sudah sabar dan menjadi ibu yang baik untuk anak – anaknya
3. Kakak pertama ku Iyan, terima kasih atas semangat, doa dan cinta yang selalu diberikan kepada penulis, terima kasih sudah menjadi kakak yang baik dan juga panutan dan dukungan yang diberikan, tanpa beliau penulis tidak sampai menjadi sarjana, terima kasih sebesar – besarnya
4. Untuk diri sendiri terima kasih sudah mau berjuang sampai akhir dan juga bisa menyelesaikan studinya sampai mendapatkan gelar sarjana
5. Sahabat Kuliah ku Winda, Putri dan Alfian sudah menemani ku dan mendengarkan keluh kesahku mengerjakan skripsi ini

6. Kepada sahabat Perbankan Syariah 4 terima kasih sudah memberikan canda tawa selama 4 tahun ini



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## KATA PENGANTAR

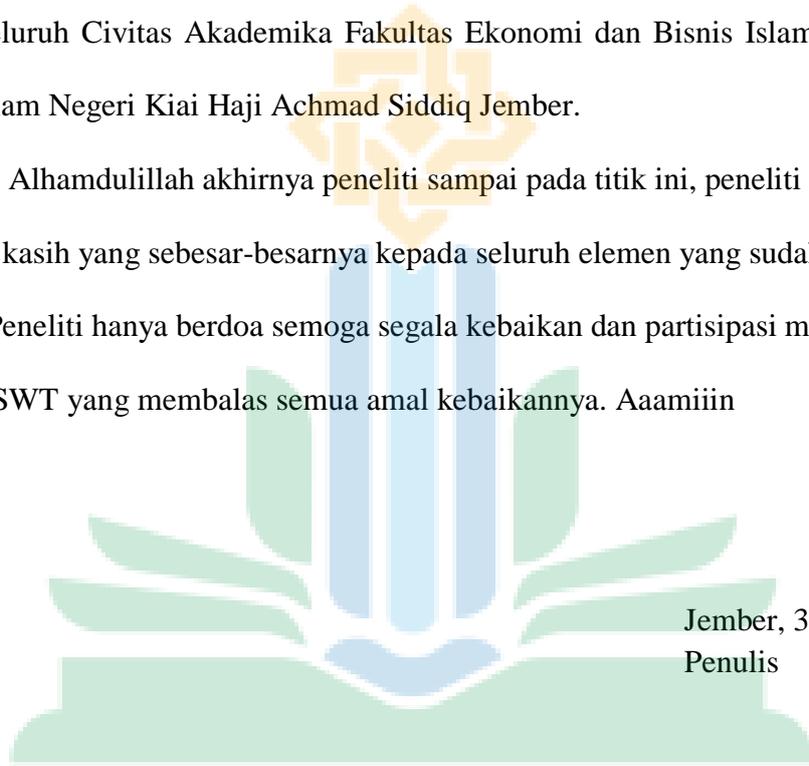
Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”. Tidak lupa pula shalawat serta salam teriring penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, dan para sahabat-sahabatnya. Penyusunan skripsi ini diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, kesuksesan dalam penyusunan skripsi ini tentunya adanya dukungan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M., Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I, M,S,I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Ana Pratiwi, SE., MSA selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penasehat Akademik.
6. Muhammad Mirza Pratama, S.ST.,M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi,

terima kasih telah bersedia meluangkan waktunya untuk selalu memberikan bimbingan dan arahan selama melakukan penelitian skripsi.

7. Alfiansyah , selaku Pengelola Unit PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi
8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Alhamdulillah akhirnya peneliti sampai pada titik ini, peneliti sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh elemen yang sudah membantu saya. Peneliti hanya berdoa semoga segala kebaikan dan partisipasi mereka semua Allah SWT yang membalas semua amal kebajikannya. Aamiin



Jember, 30 April 2024  
Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Putri Arniyati  
205105010008

## ABSTRAK

*Putri Arniyati, 2024 : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi*

**Kata Kunci :** promosi, harga, kualitas pelayanan, lokasi

Keputusan nasabah adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya.

Rumusan masalah pada penelitian ini yakni : (1) Apakah faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi? (2) Apakah faktor harga signifikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi? (3) Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi? (4) Apakah faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi? (5) Apakah faktor promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi. 2) Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor harga terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi. 3) Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi. 4) Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi. 5) Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor lokasi, promosi, pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Analisis data menggunakan persamaan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 27. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* metode *sampling Insidental / Accidental Sampling*.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan 1) Hasil pengujian parsial nilai  $t$  hitung (8,289) > nilai  $t$  tabel (2,014), dan nilai sig. Variabel Promosi  $X_1$  (0,001) <

0,05 , maka H1 diterima. Dapat disimpulkan “Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”. 2) Berdasarkan nilai t hitung (3,859) > nilai t tabel (2,014), dan nilai sig. Variabel Harga X2 (0,001) < 0,05 maka H2 diterima. Dapat disimpulkan “Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”. 3) Berdasarkan nilai t hitung (-5,426) < nilai t tabel (-2,014), dan nilai sig. Variabel Kualitas Pelayanan X3 (0,001) < 0,05 maka H3 diterima. Dapat disimpulkan “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”. 4) Berdasarkan nilai t hitung (-5,031) < nilai t tabel (-2,014), dan nilai sig. Variabel Lokasi X4 (0,001) < 0,05 maka H4 diterima. Dapat disimpulkan “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”. 5) Pengaruh Promosi (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Lokasi (X4) secara simultan terhadap keputusan nasabah (Y) Berdasarkan nilai F hitung (28,310) > F tabel (2,578) dan signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka H5 diterima. Dapat disimpulkan bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.



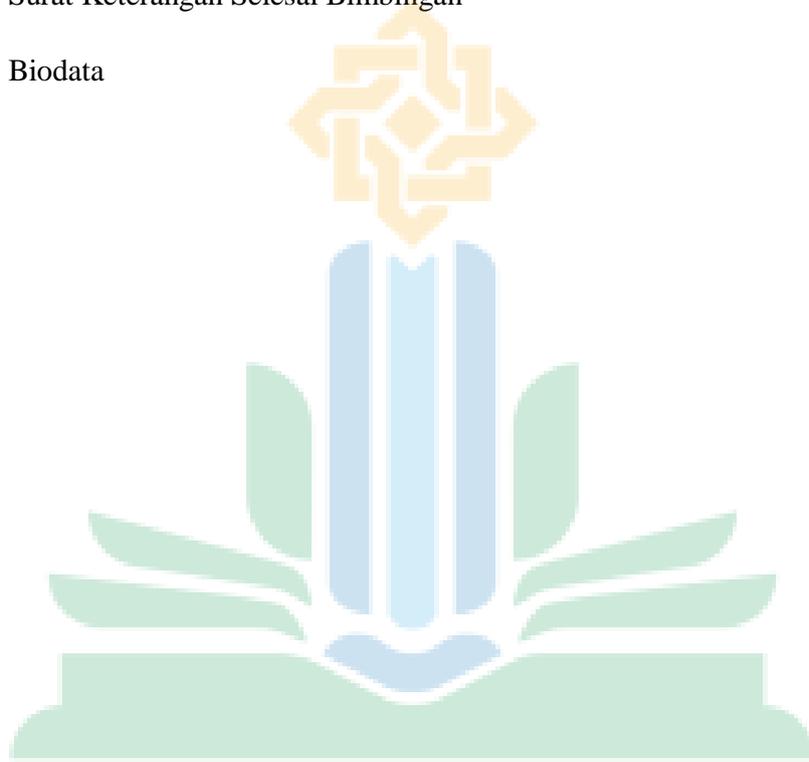
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. <b>Ruang Lingkup Penelitian</b> .....	8
1. Variabel Penelitian .....	8
2. Indikator Penelitian .....	9
F. <b>Definisi Operasional</b> .....	10
G. <b>Asumsi Penelitian</b> .....	12
H. <b>Hipotesis</b> .....	13

<b>I. Sistematika Pembahasan</b> .....	16
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	18
A. Penelitian Terdahulu .....	18
B. Kajian Teori .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	46
B. Populasi dan Sampel .....	46
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	47
D. Analisis Data .....	49
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS</b> .....	56
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	56
B. Penyajian Data .....	59
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	63
D. Pembahasan .....	72
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	77
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran-Saran .....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b>	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matriks Penelitian	
3. Data Hasil Penelitian	
4. Dokumentasi	

5. Permohonanan Izin Penelitian
6. Surat Selesai Penelitian
7. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan
9. Biodata



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indikator Variabel .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Pilihan Nilai Skala <i>Likert</i> .....	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	61
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Tipe Nasabah .....	63
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas .....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel 4.12 Hasil Uji T .....	68
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	71
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

13



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi baik berupa kebutuhan materi maupun non materi. Sebagian besar masyarakat menggunakan jasa perusahaan *financial* dalam bidang jasa permodalan, pembiayaan, investasi, maupun tabungan. Salah satu alternatif yang ditawarkan bagi masyarakat untuk keluar dari masalah keuangan adalah dengan memanfaatkan jasa gadai. Praktik gadai merupakan hal yang dianjurkan dalam Islam karena tujuan utama gadai ialah menolong pihak yang membutuhkan.

Pada masa krisis ekonomi Pegadaian mendapat peluang untuk semakin berperan dalam pembiayaan khususnya bagi usaha kecil, dan ternyata pegadaian menunjukkan kinerja yang sangat memuaskan dan tidak terpengaruhi oleh krisis.<sup>1</sup> Pada PT. Pegadaian yang merupakan salah satu perusahaan sektor keuangan Indonesia yang berada di bawah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak pada tiga lini usaha bisnis, yakni pembiayaan, emas dan aneka jasa. Ada 2 jenis pembiayaan yang ada di pegadaian yaitu Gadai Emas Konvensional yang biasa disebut dengan KCA (Kredit Cepat Aman) yaitu pegadaian yang menggunakan skema bunga dalam layanan pinjaman dan juga Gadai Emas Syariah yang bisa disebut dengan Ar

---

<sup>1</sup> Zainarti, Muhammad Syafrizal "Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Solusi Permasalahan Keuangan (Studi Kasus Produk Rahn)," *Journal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* 3, no. 2 (Desember 2022): 893

*Rahn* yang menggunakan prinsip syariah.

Banyak Lembaga Keuangan yang menawarkan produk gadai emas sebagai salah satunya yaitu PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang memberikan pembiayaan produk gadai emas kepada masyarakat umum. PT. Pegadaian Syariah Banyuwangi terletak di Karangrejo, Kecamatan Banyuwangi, Kabupaten Banyuwangi. Salah satu lembaga keuangan syariah, untuk mendorong nasabah memanfaatkan produk gadai emas, yang menjadi perhatian di sini adalah keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan produk gadai emas yang berarti keinginan nasabah serta kesediaan nasabah yang dilandasi oleh keyakinan dan kepercayaan yang kuat untuk melakukan gadai emas di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

Gadai Emas Syariah memiliki produk yang berbeda dengan gadai emas konvensional mulai dari prinsip, transaksi yang digunakan, produk pembiayaan. Salah satu produk gadai pada bank syariah, di mana bank syariah Indonesia tidak mempunyai produk gadai seperti di PT. Pegadaian contohnya seperti barang elektronik yang tidak bisa digadaikan di Bank Syariah Indonesia Cabang Genteng. Salah satu kegiatan syariah yang berkembang pesat di masyarakat adalah gadai emas syariah. Gadai emas syariah adalah sistem pembiayaan yang dilakukan oleh PT. Pegadaian dengan dasar hukum Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia nomor 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *rahn*, baik sistem gadainya maupun emas sebagai

barang gadainya.<sup>2</sup>

*Rahn* yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan barang memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini Pegadaian Syariah menahan barang bergerak maupun tidak bergerak sebagai jaminan atas hutang nasabah.<sup>3</sup> Saat ini semakin banyaknya lembaga keuangan perbankan syariah yang memiliki produk *rahn*, sehingga daya saing semakin tinggi antara suatu lembaga dengan lembaga lainnya. Lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas pembiayaan gadai emas tentu memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menggadai emas miliknya. Semakin banyak pesaing semakin banyak pula pilihan bagi masyarakat untuk memilih produk yang sesuai dengan harapannya.<sup>4</sup>

Perkembangan jumlah bisnis gadai emas tumbuh 6,86% dibandingkan akhir tahun 2022. Bisnis gadai emas juga meningkat 0,33% dibandingkan akhir juli 2023. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa meskipun daya saing yang tinggi antara pegadaian syariah dengan lembaga keuangan lainnya, akan tetapi setiap tahunnya perkembangan gadai emas terus meningkat terutama yang menggunakan produk *rahn*. Meski Bank Syariah Indonesia mencatat

---

<sup>2</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN/MUI/III/2022 Tentang *Rahn* Emas

<sup>3</sup> Zainarti, Muhammad Syafrizal “Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Solusi Permasalahan Keuangan (Studi Kasus Produk *Rahn*),” *Journal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* 3, no. 2 (Desember 2022): 893

<sup>4</sup> Jauhairina Galini, “Khusnul Akad *Rahn*,” *Jurnal Al Hakim* 3, no. 2 (Oktober 2021): 73

pembiayaan gadai dan cicilan emas selama 2022 tumbuh 29,4% menjadi Rp. 5,93 triliun. Tidak menutup kemungkinan PT. Pegadaian pada tahun 2023 akan meningkat secara signifikan.

*Research gap* pada penelitian sebelumnya, bahasannya faktor keputusan nasabah telah banyak diteliti. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian Liya Kartika, Muhammad Salman. Ainul Yusnap Harahap (2023) yang berjudul Determin Keputusan nasabah menggunakan produk *rahn* pada PT Pegadaian Syariah Sungai Liput, menemukan bahwa keputusan nasabah melakukan gadai emas syariah yaitu kualitas pelayanan, pengaruh tafsiran, lokasi berpengaruh dalam keputusan nasabah. Namun hasil riset yang dilakukan oleh Zainarti (2022), peneliti menjelaskan lokasi tidak berpengaruh dalam keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas syariah.

Perilaku konsumen dalam pegadaian suatu produk merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti, hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam di balik keputusan mereka dalam memilih sebuah produk yang mau digadaikan.<sup>5</sup> Dapat dilihat bahwa skala minat dalam gadai emas tersebut baik konvensional maupun syariah berbeda, letak perbedaan utama antara keduanya yaitu dalam pembiayaan atas manfaat barang yang digadaikan, sedangkan pegadaian syariah menggunakan pembiayaan dengan prinsip syariah, namun telah memperoleh keuntungan yang diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yang memberlakukan biaya

---

<sup>5</sup> Philip Kotler dan G Amstrong, *Prinsip - Prinsip Pemasaran Jilid 1* (Jakarta: Erlangga,2001), 197

pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman.

Dalam memilih gadai, nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan lembaga keuangan PT. Pegadaian Syariah atau konvensional. Hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam di balik keputusan mereka dalam memilih ataupun menggadaikan barang miliknya. Berubah-ubahnya kondisi dan ekonomi membuat perilaku konsumen atau nasabah dalam mengambil keputusan juga ikut berubah-ubah. Peneliti menjadikan PT. Pegadaian Syariah Banyuwangi sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di kantor Banyuwangi dan juga harapannya nasabah bisa memilih gadai emas syariah yang sudah termasuk dasar hukum Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia yang bebas riba

Maka dari itu peneliti mengambil judul **FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH PADA PT PEGADAIAN UPS SIMPANG LIMA BANYUWANGI.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan hasil uraian yang telah disampaikan pada latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?
2. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?
3. Apakah faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?
4. Apakah faktor lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?
5. Apakah faktor promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Setiap penelitian mempunyai tujuan yang mendasari perlunya penelitian tersebut dilakukan. Dari uraian latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.
2. Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor harga terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.
3. Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.
4. Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.
5. Untuk menganalisis pengaruh hubungan faktor lokasi, promosi, pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan pemahaman penulis khususnya mengenai pegadaian tentang faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah memilih produk pembiayaan gadai emas.

2. Bagi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dapat menambah kepustakaan Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

3. Bagi PT Pegadaian

Diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang masalah yang diteliti. Khususnya mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas yang berlaku pada PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dan mampu menarik kesimpulan.<sup>6</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel bebas dan variabel terikat.

- a. Variabel Independen (bebas) merupakan variabel yang dapat memicu atau mempengaruhi sebab terjadinya perubahan pada variabel dependen (terikat).

Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

---

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta Press, 2022), 38.

- 1) Lokasi
  - 2) Promosi
  - 3) Kualitas pelayanan
  - 4) Harga
- b. Variabel Dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, adanya variabel bebas.

Penelitian ini menggunakan variabel terikat yakni :

- 1) Keputusan Nasabah
  - a) Kepuasan, dimana nasabah merasa puas karena pelayanan yang diberikan Bank dan akan terus menggunakan produk yang ditawarkan.

## 2. Indikator Penelitian

Indikator variabel merupakan rujukan empiris variabel yang akan diteliti dan kemudian menjadi dasar pembuatan butir – butir atau item pertanyaan dalam angket, wawancara, maupun observasi.<sup>7</sup>

**Tabel. 1.1**  
**Indikator Variabel**

Indikator	Sumber
a. Variabel X (faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah) 1) Promosi ( <i>promotion</i> ) 2) Harga ( <i>price</i> ) 3) Pelayanan ( <i>service</i> ) 4) Lokasi ( <i>location</i> )	Inggit Eka Saputri, “ faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas”. <i>Jurnal Ekonomi, Keuangan &amp; Bisnis Syariah</i> , volume 5, no 1 (2023)
b. Variabel Y (Keputusan Nasabah) 1) Kepuasan nasabah	Fakrurradhi “ Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan

<sup>7</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 79

	Pembiayaan RAHN di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli” <i>Jurnal Ekonomi Syariah</i> , volume 1, no. 2 (2020)
--	--

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pedoman pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.<sup>8</sup>

1. Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah.<sup>9</sup>
  - a. Faktor promosi, promosi merupakan bagian dari marketing mix yang memiliki peran untuk memasarkan produk, dalam promosi terdapat 2 unsur penting yaitu sebagai alat komunikasi dengan konsumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.
  - b. Faktor harga, menurut Kotler harga sejumlah nilai atau nominal yang diterima dari konsumen sebagai timbal balik dari penggunaan, pembelian ataupun kepemilikan dari produk baik yang berupa barang ataupun jasa yang diberikan oleh penjual. Pada tingkat ingin membeli, harga menjadi salah satu faktor yang diperhatikan nasabah. Harga terkadang digunakan untuk menilai kualitas sebuah produk/jasa yang ingin dibeli. Harga merupakan salah satu faktor yang diperhitungkan konsumen dalam menentukan keputusan

<sup>8</sup> Tim Revisi Buku Pedoman, 40

<sup>9</sup> Deni Tri Mulyono, "Faktor Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn pada PT Pegadaian Syariah Cabang Subrantas Pekanbaru," *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi* 2, no, 1 (Maret 2021): 107

pembelian terhadap suatu produk maupun jasa.

- c. Faktor kualitas pelayanan diantaranya adalah bagaimana keramahan pelayanan *customer officer* dan juga kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu kecepatan waktu, ketepatan pencatatan, memprioritaskan nasabah dan kenyamanan ruang tempat transaksi termasuk juga menjadi pertimbangan nasabah.
- d. Faktor lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen. Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasukkan jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung.

## 2. Keputusan Nasabah.<sup>10</sup>

Teori keputusan konsumen sama halnya dengan keputusan nasabah karena suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang akan dipengaruhi oleh beberapa hal. dalam penelitian ini akan membahas tentang pengertian keputusan nasabah dan proses keputusan pembelian dari produsen. Keputusan nasabah dalam arti yang umum adalah “*a decision is the selection of an option from two or more alternative choices*” yaitu suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu

---

<sup>10</sup> Fakrurrahdi, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan RAHN di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli,” *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan* 2, no. 2 (Februari 2020): 85, <http://dx.doi.org/10.22373/sintesa>.

dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Definisi keputusan nasabah menurut Nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Pengalaman itu akan menjadi bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan pembelian di masa depan. Berdasarkan pendapat para ahli di atas maka dapat disampaikan bahwa keputusan nasabah adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada dan proses integrasi yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu yaitu : Kepuasan Nasabah dimana nasabah merasa puas karena suatu pelayanan yang diberikan Pegadaian Syariah dan akan terus menggunakan produk yang ditawarkan

### **G. Asumsi Penelitian**

Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Selain berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti juga untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian dan merumuskan hipotesis.<sup>11</sup>

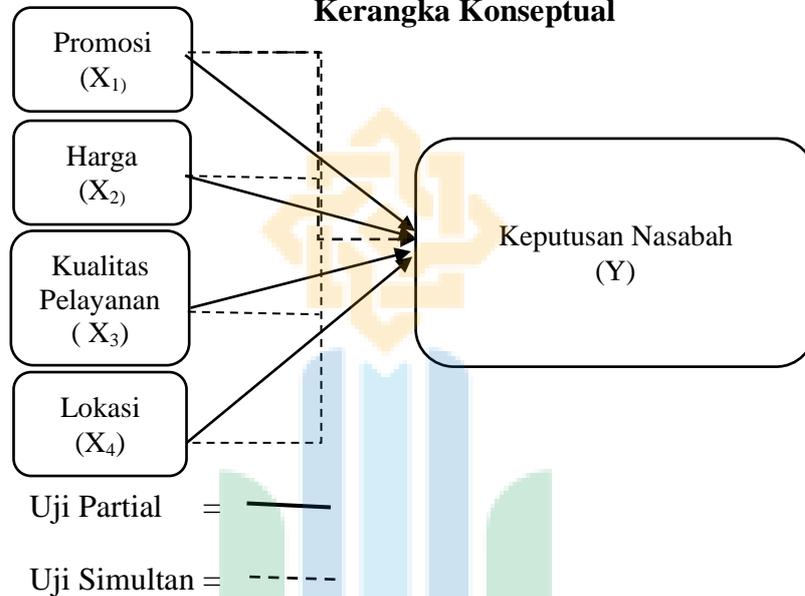
Penelitian melakukan pra riset pada beberapa jurnal yang telah diterbitkan maupun belum diterbitkan sebelum memberi asumsi. Jurnal tersebut merupakan jurnal yang relevan dengan penelitian yang dilakukan peneliti sehingga peneliti memperoleh asumsi bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai

---

<sup>11</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 41

emas syariah itu dari harga, promosi yang dilakukan oleh pihak pegadaian, lokasi, kualitas pelayanan.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Konseptual**



## H. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang diajukan terhadap hasil penelitian.<sup>12</sup> Hipotesis pada penelitian ini adalah :

1. Faktor promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah

Promosi adalah kegiatan para pemasar untuk menginformasikan dan membujuk para calon pembeli agar mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh suatu respon. Tujuan promosi yaitu menyebar produk kepada target pasar potensial untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit, mendapat pelanggan baru serta membentuk citra produk sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Semakin baik promosi

<sup>12</sup> Tim Revisi Buku Pedoman, 41

yang dilakukan akan semakin meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen sehingga dapat mendorong keputusan nasabah.<sup>13</sup> Penerapan promosi ini berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini sudah dikemukakan oleh Zainarti dan Muhammad Syafrizal (2022)

**H<sub>1</sub> : Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah**

2. Faktor harga terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah

Harga emas, fluktuasi yaitu gejala yang menunjukkan naik atau turunnya harga ataupun pergerakan harganya itu dikarenakan pengaruh *demand and supply*, harga emas yang mengalami peningkatan ada hubungan yang kuat terhadap tingkat *profitabilitas* yang diperoleh. Hal ini dikarenakan harga emas merupakan nilai penentu pada nilai perkiraan yang didapatkan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga emas, BOPO dan NPF yang bersama-sama mampu mempengaruhi profitabilitas secara signifikan.<sup>14</sup> Hal ini dikemukakan oleh Sherly Ratna R

dan Rita Andini (2022)

**H<sub>2</sub> : Faktor harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah**

---

<sup>13</sup> Zainarti, "Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Solusi Permasalahan Keuangan (Studi Kasus Produk Rahn)," *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi* 3, no. 2 (Desember 2022): 893

<sup>14</sup> Sherly Ratna, "Pengaruh Harga Emas, Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Profitabilitas Rahn Emas (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Seluruh Indonesia) Periode Tahun 2014-2018," *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 8, no. 2 (Maret 2022): 1

### 3. Faktor kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah

Kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk jasa gadai di Pegadaian, kualitas layanan merupakan setiap aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari pihak lain. Kualitas layanan terhadap pelanggan sangat penting dilakukan perusahaan karena tanpa pelayanan yang bagus maka pelanggan tidak akan mau membeli produk yang akan diperjual belikan. Oleh karena itu jika kualitas layanan yang dilakukan kurang baik maka kebutuhan atau keinginan nasabah tidak terpenuhi dan berakibat akan menurunkan minat nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan produk gadai syariah, maka dari itu pihak pegadaian harus meningkatkan kualitas layanannya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga nasabah akan merasa puas dalam menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian.

Berdasarkan penelitian oleh Liya Kartika (2023) mengatakan bahwa kualitas pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai syariah. Maka dari itu kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai syariah.<sup>15</sup>

**H<sub>3</sub> : Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah**

---

<sup>15</sup> Liya Kartika, "Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada PT Pegadaian Syariah Sungai Liput," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 4, no. 5 (oktober 2023): 266, <http://doi.org/10.33059/jmas.v4i5.8279>

#### 4. Faktor Lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah

Lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen. Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju, keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu berlangsung.<sup>16</sup> Oleh karena itu lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah yang telah dikemukakan oleh Deny Tri Mulyanto

**H<sub>4</sub> : Faktor lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah**

#### I. Sistematika Pembahasan

Berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti pada daftar isi.<sup>17</sup> Sistematika pembahasan dalam penulisan penelitian ini adalah:

Bab I Pendahuluan. Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka. Bab ini membahas tentang kajian pustaka

<sup>16</sup> Deni Tri Mulyanto, "Faktor Nasabah Dalam Menggunakan Produk Rahn Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Subrantas Pekanbaru," *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi* 2, no. 1 (Maret 2021): 112

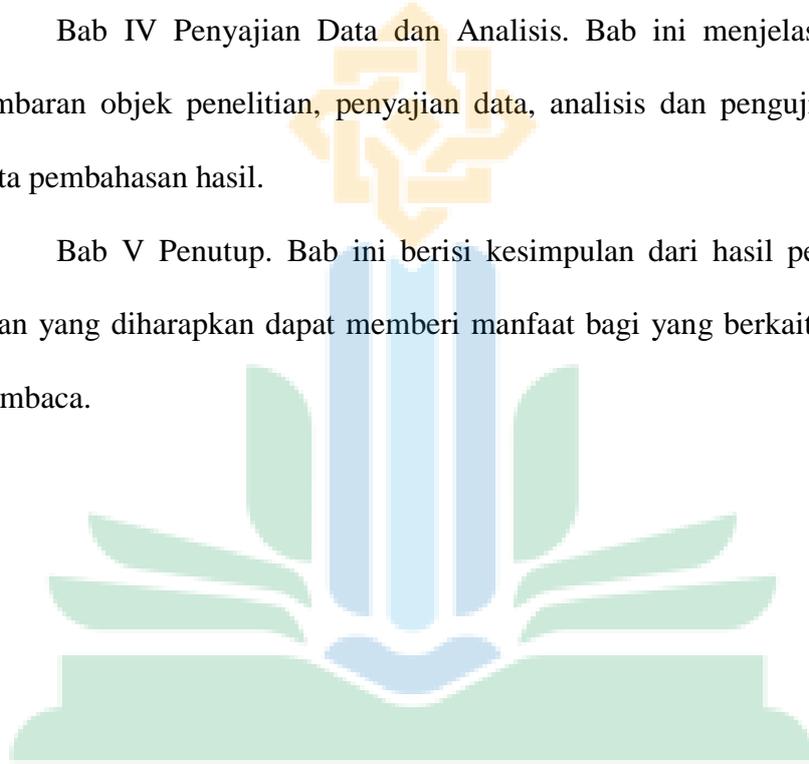
<sup>17</sup> Tim Revisi Buku Pedoman, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 80

termasuk penelitian terdahulu dan kajian teori.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data serta analisis data

Bab IV Penyajian Data dan Analisis. Bab ini menjelaskan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis serta pembahasan hasil.

Bab V Penutup. Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi yang berkaitan dan yang membaca.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini maka peneliti dapat mengetahui *gap* penelitian yang akan dilakukan.<sup>18</sup>

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik bahasan mengenai faktor –faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah, sebagai berikut:

1. Fakrurradhi, 2019. Dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Rahn di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli.”<sup>19</sup>

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor- faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah:

- a. Faktor harga
- b. Faktor kualitas layanan
- c. Faktor lokasi
- d. Faktor Syariah

---

<sup>18</sup> Tim Revisi Buku Pedoman, 40

<sup>19</sup>Fakrurradhi, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan Rahn di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli,” *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keagamaan* 2, no. 2 (Februari 2020): 85, <http://dx.doi.org/10.22373/sintesa>.

e. Faktor promosi.

Dari Kelima faktor tersebut, faktor harga yang menjadi faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk mengambil pembiayaan rahn Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Sigli.

Perbedaan penelitian ini dalam pembiayaan jika peneliti terdahulu menggunakan pembiayaan *Rahn* sedangkan penelitian peneliti tentang gadai untuk perbedaan antara *rahn* dengan gadai yaitu Jika peminjam gagal membayar kembali pinjaman, lembaga gadai memiliki hak untuk menjual barang tersebut. Dalam *rahn*, lembaga keuangan juga dapat menjual barang tetapi harus memberikan sisa uang dari hasil penjualan kepada peminjam.

2. Achmad Fahim, 2019. Dengan Judul “Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pegadaian Syariah Suci Gresik”<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci yaitu meliputi faktor biaya ujah, prinsip amanah, lokasi, dan kualitas pelayanan islami dan juga faktor yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci adalah faktor kualitas pelayanan islami.

---

<sup>20</sup> Achmad Fahim, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pegadaian Syariah Suci Gresik,” *Jurnal QIEMA (Qomaruddin Islamic Economic Magazine)* 5, no. 2 (Juni 2019): 179

Perbedaan penelitian ini yaitu dari faktor penelitiannya. Penelitian terdahulu membahas tentang ujarah, prinsip amanah, lokasi, dan kualitas pelayanan sedangkan peneliti membahas tentang lokasi, promosi, harga dan kualitas pelayanan.

3. Sofyan Bachmid, 2020. Dengan judul “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Gadai Emas Menurut Perspektif Islam”<sup>21</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai tafsir, biaya ijarah dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Palu secara simultan dan parsial. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan berdasarkan rumus *slovin* menentukan jumlah sampel sebanyak 80 orang.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh secara signifikan adalah variabel pelayanan dimana  $T$  hitung 4,558 >  $T$  tabel 1,990 yang menyatakan pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Palu dengan besaran pengaruh sebesar 44,2%.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari tujuan di dalam penelitian terdahulu menjelaskan pengaruh nilai tafsir sedang peneliti

---

<sup>21</sup> Sofyan Bahmid, “Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Gadai Emas Menurut Perspektif Islam,” *Jurnal Ilmu: Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (Juni 2020): 84, <http://doi.org/10.24239/jipsya.v2ii.23.70-86>

tujuannya mengapa nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

4. Muklis, 2021. Dengan judul “Analisis Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Cabang Pegadaian Syariah Unit Pasar Babakan Kota Tangerang)”<sup>22</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, hasil dari penelitian ini adalah dimana sampel penelitiannya berjumlah 80 responden dengan teknik pengambilan sampel *Probability Random Sampling* yang objek penelitiannya adalah nasabah Pegadaian Syariah cabang Pasar Babakan Kota Tangerang. Temuan penelitian ini berdasarkan hasil uji F. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) terhadap variabel keputusan Pelanggan (Y) mempunyai pengaruh yang signifikan. bersamaan dengan keputusan nasabah untuk melakukan gadai di Pegadaian Syariah cabang Pasar Babakan Kota Tangerang. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai F hitung (67,243) lebih besar dari F tabel (2,22). Nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 80,7% artinya variabel bukti fisik (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan empati (X5) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Pelanggan Keputusan (Y) sebesar 80,7%.

---

<sup>22</sup> Muklis, “Analisis Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Cabang Pegadaian Syariah Unit Pasar Babakan Kota Tangerang),” *Journal Of Islamic Economic, Business And Finance* 11, no. 1 (Agustus 2021): 27.

Perbedaan penelitian adalah dari variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bukti fisik, keandalan, tanggap, jaminan, empati sedangkan peneliti menggunakan variabel faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah tentang promosi, harga, kualitas pelayanan, lokasi.

5. Wulan Ramadhani, 2022. Dengan judul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Di Masa Pandemi Covid 19”<sup>23</sup>

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat 5 faktor yang terbentuk yaitu faktor internal, faktor biaya ijarah, faktor empati, faktor jaminan dan faktor persepsi. Kelima faktor yang terbentuk dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan gadai emas di pegadaian syariah.

Perbedaan penelitian ini adalah dari tahun penelitian terdahulu nasabah pada tahun 2022 pada saat covid 19 dengan sekarang dalam keputusan nasabah menggunakan gadai emas.

6. Endang Rahmayanti, 2022. Dengan judul “Analisis Manajemen Pembiayaan Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian UPS Tukmudal)”<sup>24</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa

---

<sup>23</sup> Wulan Ramadhani, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Di Masa Pandemi Covid 19,” *Journal Islamic Accounting Competency* 3, no. 1 (April 2022): 60

<sup>24</sup> Endang Rahmayanti, “Analisis Manajemen Pembiayaan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian UPS Tukmudal,” *Jurnal Sains Student Research* 3, no. 1 (Oktober 2022): 71

pembiayaan bermasalah pada nasabah gadai emas disebabkan oleh faktor internal (lembaga/pegadaian), maupun faktor eksternal (nasabah). Penanganan yang dilakukan Pegadaian UPS Tukmudal terhadap pembiayaan bermasalah pada nasabah gadai emas yaitu melalui penagihan, surat teguran (somasi), dan jaminan. Pelelangan barang jaminan produk gadai emas adalah yang paling efektif dalam menangani pembiayaan bermasalah di Pegadaian UPS Tukmudal.

Perbedaan penelitian terdahulu menjelaskan tentang manajemen pembiayaan gadai emas sedangkan peneliti menjelaskan tentang faktor keputusan nasabah.

7. Zainarti, 2022. Dengan judul “Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Solusi Permasalahan Keuangan ( Studi Kasus Produk RAHN).<sup>25</sup>

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, tata cara pencairan kredit, aspek syariah, secara simultan berpengaruh signifikan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk *rahn* di kantor pusat pegadaian kuala simpang syariah.

Perbedaan penelitian adalah dari judul, penelitian terdahulu meneliti solusi permasalahan keuangan nasabah sedangkan peneliti keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

8. Alisa Sri Komala Wulan Sari, 2022. Dengan judul “Analisis *Theory Of*

---

<sup>25</sup> Zainarti, “Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Solusi Permasalahan Keuangan (Studi Kasus Produk RAHN),” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)* 3, no, 2 (Desember 2022): 893, <https://doi.org/10.36987/ebma.v3i2.3607>

*Planned Behavior* Untuk Mengetahui Minat Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Bank Syariah”<sup>26</sup>

Hasil uji F sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat. Hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,587 yang berarti besarnya sumbangan variabel independen (sikap terhadap perilaku, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku) mempengaruhi variabel dependen (minat) sebesar 58,7% dan sisanya 41,3%. dipengaruhi oleh variabel di luar model. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi yang digunakan Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Pondok Gede sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Perbedaan penelitian ini adalah dari variabel yang diteliti, penelitian terdahulu membahas pengaruh komponen – komponen dalam *Theory Of Planned Behavior* terhadap minat nasabah sedangkan peneliti membahas keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

9. Mulyani Rizki, 2022. Dengan judul “Pengaruh Nilai Tafsiran Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas di Pegadaian Syariah”.<sup>27</sup>

tujuan Penelitian ini adalah mengetahui bagaimana

---

<sup>26</sup> Alisa Sri Komala Wulan Sari, “Analisis *Theory Of Planned Behavior* Untuk Mengetahui Minat Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Bank Syariah,” *Journal Of Islamic Economic And Finance* 1, no. 2 (Juli 2022): 161

<sup>27</sup> Mulyani Rizki, “Pengaruh Nilai Tafsiran Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas di Pegadaian Syariah,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 10, no. 1 (April 2022): 471, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10iS1.2019>

pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di Pegadaian Syariah. Jumlah sampel dalam penelitian ini 88 responden, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *sampling insidental* dengan menggunakan rumus slovin. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa diperoleh nilai t hitung  $(4,917) > t \text{ tabel } (1,988)$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang artinya bahwa secara parsial variabel nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam melakukan gadai emas di Pegadaian Syariah.

Perbedaan dari penelitian ini adalah dari variabel jika penelitian terdahulu menjelaskan tentang pengaruh nilai tafsiran sedangkan peneliti menjelaskan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah

10. Liya Kartika, Muhammad Salman, Ainul Husna Harahap, 2023. Dengan judul "Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk RAHN Pada PT Pegadaian Syariah Sungai Liput".<sup>28</sup>

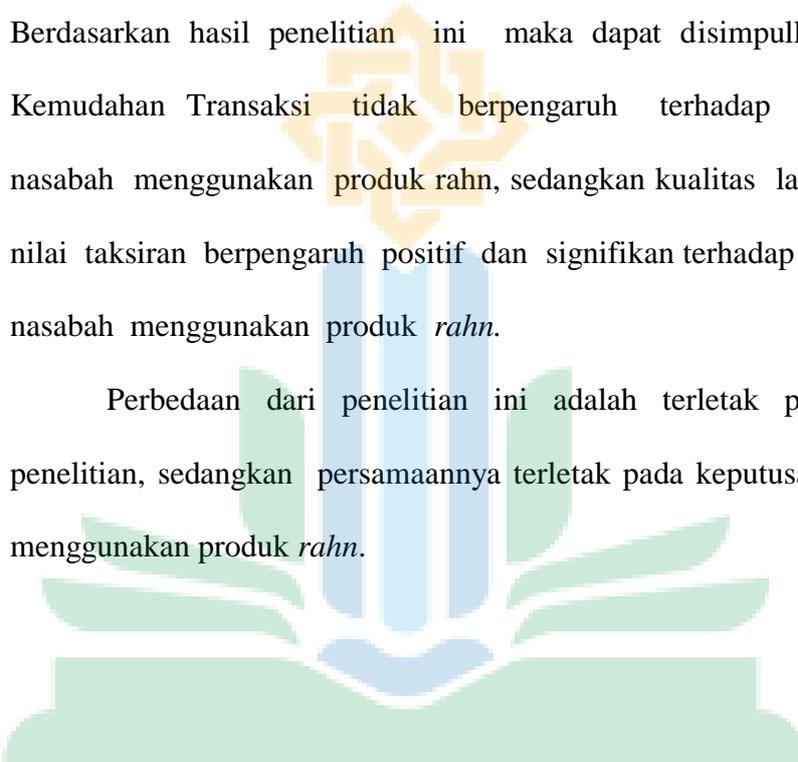
Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi dan nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk rahn pada PT Pegadaian

---

<sup>28</sup> Liya Kartika, "Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada PT Pegadaian Syariah Sungai Liput," *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra* 4, no. 5 (Oktober 2023): 261, <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i5.8279>

Syariah Sungai Liput. Pada penelitian ini digunakan skala Likert untuk mengukur informasi yang diperoleh. Skala Likert membantu menentukan persepsi dan pendapat orang serta mengukur perilaku orang dalam kaitannya dengan objek sikap. Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk rahn, sedangkan kualitas layanan dan nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *rahn*.

Perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada keputusan nasabah menggunakan produk *rahn*.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

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

No.	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Fakrurradhi, 2019	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan RAHN di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli.	Sama – sama membahas tentang produk pembiayaan Gadai Emas	Perbedaan penelitian ini dalam pembiayaan jika peneliti terdahulu menggunakan pembiayaan Rahn sedangkan penelitian peneliti tentang gadai untuk perbedaan antara <i>rahn</i> dengan gadai yaitu Jika peminjam gagal membayar kembali pinjaman, lembaga gadai memiliki hak untuk menjual barang tersebut. Dalam rahn, lembaga keuangan juga dapat menjual barang tetapi harus memberikan sisa uang dari hasil penjualan kepada peminjam.
2	Achmad Fahim, 2019	Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pegadaian Syariah Suci Gresik	sama – sama membahas tentang faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah	Perbedaan penelitian adalah metode penelitiannya. Penelitian terdahulu di analisis secara

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Sofyan Bachmid, 2020	Analisis Faktor - faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Gadai Emas Menurut Perspektif Islam	Sama – sama membahas tentang produk pembiayaan Gadai Emas	Perbedaan dari penelitian ini adalah dari tujuan didalam penelitian terdahulu menjelaskan pengaruh nilai tafsir sedang peneliti tujuannya mengapa nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas.
4	Muklis, 2021	Analisis Faktor – faktor Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Cabang Pegadaian Syariah Unit Pasar Babakan Kota Tangerang	Sama – sama membahas tentang keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas	Perbedaan penelitian adalah metode penelitiannya. Penelitian terdahulu menggunakan variabel bukti fisik, keandalan, tanggap, jaminan, empati
5	Wulan Ramadhani, 2022	Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Gadai Emas Di Pegadaian syariah di Masa Pandemi	Sama – sama membahas tentang keputusan nasabah menggunakan gadai emas	Perbedaan penelitian ini adalah dari tahun penelitian, yang dimana pada saat covid 19
6	Endang Rahmayanti, 2022	Analisis Manajemen Pembiayaan Gadai Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian UPS Tukmudal)”	Sama – sama menggunakan metode kualitatif	Perbedaan variabel jika dari peneliti dahulu membahas manajemen pembiayaan gadai emas dan peneliti yang dilakukan oleh peneliti yaitu Keputusan nasabah

No	Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7	Zainarti, 2022	Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Sebagai Solusi Permasalahan Keuangan ( Studi Kasus Produk RAHN )	Sama – sama membahas tentang gadai emas	Perbedaan penelitian adalah dari judul, penelitian terdahulu meneliti solusi permasalahan keuangan nasabah sedangkan peneliti keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.
8	Alisa Sri Komala, 2022	Analisis <i>Theory Of Plannes Behavior</i> Untuk Mengetahui Minat Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Bank Syariah	Sama – sama membahas nasabah melakukan gadai emas	Perbedaan penelitian ini adalah dari variabel yang diteliti, penelitian terdahulu membahas pengaruh komponen – komponen dalam <i>Theory Of Planned Behavior</i> terhadap minat nasabah sedangkan peneliti membahas keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas
9	Mulyani Rizki, 2022	Pengaruh Nilai Tafsiran Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas di Pegadaian Syariah	Sama –sama membahas tentang produk gadai emas	Perbedaan dari variabel penelitian yang menjelaskan tentang pengaruh nilai tafsir

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
10	Liya Kartika , 2023	Determin Keputusan Nasabah Menggunakan Produk RAHN Pada PT. Pegadaian Syariah Sungai Lipu	Sama – sama membahas nasabah melakukan gadai emas	Perbedaan dari penelitian ini adalah terletak pada objek penelitian, sedangkan persamaannya terletak pada keputusan nasabah menggunakan produk <i>rahn</i>

Sumber : Diolah Peneliti 2023

## B. Kajian Teori

Kajian teori menguraikan berbagai teori yang berkaitan dengan yang akan diteliti. Kajian teori ini dapat diperoleh dari berbagai sumber pustaka. Tujuan dari adanya kajian teori ini adalah agar peneliti memahami definisi dan karakteristik yang akan diteliti. Dapat diuraikan kajian teori yang diperlukan adalah sebagai berikut:<sup>29</sup>

### 1. Gadai Syariah

#### a. Pengertian

*Rahn* (gadai) adalah titipan sementara harta peminjam sebagai jaminan atas suatu kuitansi, margin prajurit syariat adalah bunga yang meragukan. Gadai Syariah menerapkan beberapa sistem keuangan antara lain *mudharabah* (bagi hasil), dan *muqayyadah* (jual beli).<sup>30</sup>

Gadai dalam istilah fiqh adalah *Ar-rahn* yang artinya suatu akad (perjanjian) pinjam meminjam dengan menyerahkan barang

<sup>29</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 81

<sup>30</sup> Udik Mashudi, "Analisis Akad Pembiayaan Murabahah Pada Produk Layanan BPRS Bhakti Sumekar," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital* 1, no. 03 (Maret 2024): 574

milik sebagai tanggungan utang. Secara etimologi rahn artinya tetap atau kekal, sedangkan rahn secara terminologis adalah menahan salah satu harta milik nasabah sebagai barang jaminan atas utang/pinjaman yang diperoleh dari kantor pegadaian syariah

Untuk mengatasi kesulitan dan membutuhkan dana dapat dipenuhi tanpa kehilangan barang – barang berharga, maka masyarakat dapat menjamin barang – barangnya ke lembaga tertentu. Barang yang dijaminakan tersebut pada waktu tertentu dapat ditebus kembali setelah masyarakat melunasi pinjamannya. Kegiatan menjaminkan barang – barang berharga untuk memperoleh sejumlah uang dapat ditebus kembali setelah jangka waktu tertentu kita disebut dengan usaha Gadai.

b. Syarat Gadai Emas

Produk gadai emas ini hampir sama dengan menggadaikan BPKB atau barang elektronik. Bedanya, jaminan yang diberikan berupa perhiasan ataupun emas batangan. Namun gadai emas proses dan persyaratannya sangat mudah dan cepat hanya memerlukan waktu 15 menit sudah dapat menerima uang gadaian. Jika emas memenuhi Syarat akan memperoleh uang sesuai dengan nilai yang ditaksir. Adapun syarat gadai emas yaitu:

- 1) Yang paling utama adalah barang yang mau digadaikan yaitu, emas atau perhiasan dalam bentuk logam mulia ataupun emas batangan yang akan dijadikan barang jaminan.

- 2) Mengisi formulir di antaranya, nama lengkap, nama barang, No Hp, nama ibu kandung, tanggal gadai dan tanda tangan.
- 3) Melengkapi dokumen Pribadi seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP) FC maupun Asli, ataupun dengan Surat Izin Mengemudi (SIM) FC maupun asli, Cukup salah satu saja dari dokumen tersebut.<sup>31</sup>

### Hak dan Kewajiban Pihak Gadai

#### a. Hak Pemegang Gadai<sup>32</sup>

- 1) Pemegang gadai berhak menjual *marhun*, apabila *rahin* pada saat jatuh tempo tidak dapat memenuhi kewajibannya sebagai orang yang berhutang. Sedangkan hasil penjualan *marhun* tersebut diambil sebagian untuk melunasi *marhun* *bih* dan sisanya dikembalikan kepada *rahin*.
- 2) Pemegang gadai berhak mendapatkan penggantian biaya yang telah dikeluarkan untuk menjaga keselamatan *marhun*.
- 3) Selama *marhun* *bih* belum dilunasi, maka *murtahin* berhak untuk menahan *marhun* yang diserahkan oleh pemberi gadai (hak *retentie*).

<sup>31</sup> Istiqwamah, "Implementasi Gadai Emas Dengan Sistem Syariah," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1, no. 2 (Maret 2022): 100

<sup>32</sup> Pamonaran Manahar, "Implementasi Gadai Syariah (Rahn) Untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat Indonesia," *Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi* 10, no. 2 (April 2019): 102, <https://doi.org/10.28932/di.v10i2.1126>

#### b. Kewajiban Pemegang Gadai

- 1) Pemegang gadai berkewajiban bertanggung jawab atas hilangnya atau merosotnya harga marhun, apabila hal itu atas kelalaiannya.
- 2) Pemegang gadai tidak dibolehkan menggunakan *marhun* untuk kepentingan sendiri.
- 3) Pemegang gadai berkewajiban untuk memberitahu kepada *rahin* sebelum diadakan pelelangan marhun.

Kemudahan bagi para calon nasabahnya, sehingga masyarakat banyak memilih gadai emas sebagai *alternatif* untuk mencukupi kebutuhannya dengan waktu dekat.

#### c. Rukun Gadai

Rukun akad adalah unsur-unsur yang membentuk sesuatu, sehingga sesuatu itu terwujud karena adanya unsur-unsur tersebut yang membentuknya, seperti rumah yang terbentuk karena adanya unsur-unsur yang membentuknya, yakni pondasi, tiang, lantai, dinding, atap dan seterusnya. Dalam konsep hukum Islam, unsur-unsur yang membentuk sesuatu itu disebut rukun. Masing-masing rukun (unsur) yang membentuk akad memerlukan syarat-syarat agar rukun itu dapat berfungsi membentuk akad. Tanpa adanya syarat-syarat dimaksud, rukun akad tidak dapat membentuk akad. Di antaranya adalah :<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Sari Hasibuan, "Konsep Gadai Syariah Menurut Syafi'i Antonio," *Jurnal Penelitian Medan Agama* 11, no. 1 (Juni 2020): 132–133, <http://dx.doi.org/10.58836/jpma.v11i1.8636>.

- 1) Pelaku akad, yakni *rahin* (yang menyerahkan barang) dan *murtahin* (penerima barang)
- 2) Objek akad, yakni marhun (barang jaminan) dan *marhun bih* (pembiayaan)
- 3) Shigat, yakni ijab dan kabul.

d. Dasar Hukum Gadai Emas

Lembaga pegadaian melaksanakan kegiatan usaha penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Apabila pemilik barang *Rahin* tetap tidak dapat melunasi hutangnya atau tidak mampu menebus barangnya sampai habis jangka waktu yang telah ditentukan, maka pihak pegadaian berhak untuk melelang barang jaminan tersebut sesuai syariah dan mengikuti ketentuan perundang-undangan yang berlaku.<sup>34</sup> Yang juga dijelaskan di Al – Quran dan Hadist yaitu :

- 1) Al – Qur'an :

Al- Baqarah ayat 283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ  
بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا  
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا  
تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۝﴾

<sup>34</sup> Muhlisah Lubis, “Konsep Pelaksanaan Lelang Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Perspektif Hukum Islam.” *J-MABISYA: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing natal* 1, no. 1 (Desember 2020), 3–4

Artinya : “Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”<sup>35</sup>

2) Hadist :

Hadis Nabi SAW, dari 'Aisyah RA, ia berkata:

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجْلِ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ.

Artinya : "Sesungguhnya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dengan berhutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya." (HR al-Bukhari dan Muslim)<sup>36</sup>

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Nasabah dalam pengambilan keputusan untuk memperoleh barang atau jasa menimbulkan adanya perilaku konsumen untuk memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa tersebut agar dapat memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Untuk itu dengan adanya perilaku konsumen dalam mengambil keputusan, maka ada beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah:<sup>37</sup>

<sup>35</sup> Kemenag, “Quran Kemenag”, accessed June 25, 2024, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=283&to=283>

<sup>36</sup> DSN-MUI, “Fatwa Dewan Syariah Nasional No.92/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan Yang Disertai Rahn”, *Direktori Putusan Mahkamah Agung*, 2

<sup>37</sup> Fakrurradhi, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan RAHN di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli,” *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Agama* 2, no. 1 (Februari 2019): 88–89, <http://dx.doi.org/10.22373/sintesa>.

- a. Faktor promosi, promosi adalah kegiatan menyampaikan manfaat suatu produk dan mengajak pelanggan untuk membelinya.<sup>38</sup> tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan serta mengingatkan pelanggan gagasan tentang perusahaan atau produk dalam bauran pemasaran secara rinci. Tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan dengan menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru.
- b. Faktor harga, harga adalah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan sedangkan yang lainnya menghasilkan biaya.<sup>39</sup> Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa harga merupakan Jumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau layanan, atau jumlah dari nilai yang ditukar pelanggan dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk atau layanan. Harga salah satu elemen penting bagi manajemen perusahaan. Harga ditetapkan berdasarkan perhitungan besarnya biaya yang dibutuhkan (biaya bahan baku, harga pokok produksi, biaya promosi) ditambah dengan persentase keuntungan yang diinginkan<sup>40</sup>.
- c. Faktor kualitas pelayanan diantaranya adalah kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dilakukan bagi suatu perusahaan dan merupakan salah satu faktor kepuasan nasabah. Kepuasan pelayanan nasabah merupakan hal yang paling berpengaruh bagi

---

<sup>38</sup> Philip Kotler Dan Gerry Amstrong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), 97

<sup>39</sup> Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2007), 77

<sup>40</sup> Lana Najibul Fahmi “Upaya Peningkatan Presentase Penjualan Melalui Strategi Marketing Publik Relasion Dilazarus Batik Jember,” *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no. 3 (Maret 2024): 20, <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.370>

suatu bank untuk mempertahankan nasabah atau mendapatkan nasabah baru.<sup>41</sup> Menurut Tjiptono dalam buku *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer* konsep kualitas pelayanan selalu mengalami perkembangan dan tahapan. Dimulai dari era *craftmanship*, dimana individu diharuskan terampil dalam mengerjakan semua tugas yang dibutuhkan. Selanjutnya, ada tindakan lanjutan berupa pendekatan *after the fact*, yaitu evaluasi setelah terdapat kesalahan. Hal ini mendorong dibentuknya TQM (*Total Quality Manajemen*). TQM merupakan suatu pendekatan dalam menjalankan bisnis atau usaha yang berupaya memaksimalkan daya saing melalui penyempurnaan atas produk, jasa, sumber daya manusia dan proses lingkungan. Adapun dimensi kualitas menurut TQM harus memperhatikan lima elemen yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), daya tanggap (*responsiveness*). Berikut masing-masing uraian mengenai lima elemen kualitas :<sup>42</sup>

- 1) Reliabilitas (*Reliability*), yaitu suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan cepat, akurat dan memuaskan konsumen.
- 2) Jaminan (*Assurance*), yaitu hal-hal yang mencakup pengetahuan, kompetensi, sikap dan kesopanan, karakter staff yang dapat

---

<sup>41</sup> Hersa Farida Qoriani "Analisis Implementasi Aplikasi BSI Mobile Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di BSI KCP Jember Balung," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 2, no, 3 (2024): 128, <https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i3.398>

<sup>42</sup> Fandi Tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta, 2000), 96–97

dipercaya, aman, meyakinkan dan tidak ragu-ragu.

3) Bukti fisik (*Tangible*), yaitu mencakup fasilitas, sarana dan prasarana, pegawai dan sarana komunikasi yang memadai.

4) Empati (*Emphaty*), yaitu kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian serta kepedulian dan pemahaman atas kebutuhan konsumen. Daya tanggap (*Respon siveness*), yaitu kehandalan dan keinginan staf untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap

d. Faktor lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen. Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung.<sup>43</sup>

lokasi merupakan berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

### 3. Perilaku konsumen

Dalam penelitian ini akan membahas tentang pengertian perilaku konsumen menurut beberapa ahli, perilaku konsumen adalah disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi atau proses – proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan

---

<sup>43</sup> Deni Tri Mulyono, "Faktor Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Pada PT. Pegadaian Syariah Subrantas Pekanbaru," *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi* 2, no. 1 (Maret 2021): 112

produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan masyarakat dan juga tindakan yang dilakukan konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsiannya, maupun penghabisan barang jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul. Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah mengemukakan tentang pengertian perilaku konsumen, antara lain:<sup>44</sup>

- a. mendefinisikan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsiannya dan penghabisan produk/jasa termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini.
- b. Perilaku konsumen adalah studi tentang individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk guna memenuhi kebutuhannya. Sepanjang proses yang berawal dari timbulnya kebutuhan sampai pada keputusan beli, mengonsumsi produk dan menyingkirkan produk bila sudah habis atau tidak digunakan lagi. Perilaku konsumen terdapat 2 unsur penting yaitu:

- 1) Proses Pengambilan keputusan.

---

<sup>44</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* (Maret 2013), 9

- 2) Kegiatan fisik yang berupa penilaian dan pemilihan serta memperoleh dan menggunakan produk dan jasa.

Perilaku konsumen merupakan penentu yang akan mempengaruhi seorang konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut Sangadji dan Sopiah menganalisis perilaku konsumen akan membantu membuat keputusan dalam perencanaan pemasaran yang sesuai dengan harapan konsumen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan mengetahui bagaimana perilaku konsumen dan faktor utama yang mendasari pengambilan keputusan pembelian para konsumen akan berguna dalam perencanaan strategi pemasaran yang tepat. Penetapan harga, pemilihan promosi yang menarik, lokasi yang strategis, serta mekanisme pelayanan dapat disesuaikan dengan harapan konsumen atau bahkan melebihi ekspektasi konsumen.<sup>45</sup>

Perilaku konsumen memiliki banyak peran tergantung dari sisi penggunaannya. Muanas menjelaskan bahwa peran perilaku konsumen terhadap pemasar/produsen adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a. Membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
- b. Memahami bagaimana konsumen berperilaku, berpikir dan bertindak agar pemasaran produk dapat disesuaikan.
- c. Memahami alasan/faktor di balik keputusan pembelian konsumen, sehingga strategi dapat disesuaikan. Menurut Tjiptono perilaku konsumen penting untuk diamati dan dipahami karena akan

---

<sup>45</sup> Etta Mamang & Sopiah, 20

<sup>46</sup> Arief Muanas, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2014), 56

bermanfaat untuk pengembangan produk, desain produk, penetapan harga, pemilihan saluran distribusi dan penentuan strategi promosi yang tepat untuk menarik konsumen.

Langkah-langkah keputusan pembeli menggunakan suatu produk tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut:

1) Pengenalan keputusan

Konsumen mempersiapkan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk membangkitkan dan mengaktifkan proses keputusan.

2) Pencarian informasi

Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan (pencarian internal) atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan (pencarian eksternal).

3) Evaluasi alternatif

Konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.

4) Pembelian

Konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau pengganti yang dapat diterima bila perlu.

5) Hasil

Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih memenuhi kebutuhan dan harapan segera sesudah digunakan.

#### 4. Pembiayaan

##### a. Pengertian

Menurut Rivai dan Arifin pembiayaan merupakan suatu kegiatan pemberian pinjaman finansial yang terjadi akibat adanya kesepakatan dalam hal meminjam antara pihak debitur yakni perbankan atau lembaga keuangan non bank yang terkait dengan pihak kreditur di mana kreditur mempunyai kewajiban untuk melunasi pinjaman sesuai dengan ketentuan dan jangka waktu yang telah disepakati.<sup>47</sup>

Dalam UU Nomor 10 tahun 1998 disebutkan bahwa pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dipersamakan dengan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.<sup>48</sup>

tujuan dari pembiayaan berdasarkan penggunaannya dapat dibedakan menjadi:<sup>49</sup>

- 1) Pembiayaan produktif, yaitu pinjaman modal kerja diberikan kepada pengusaha dan golongan berpenghasilan tetap (pekerja) sebagai tambahan dana untuk usaha atau pembiayaan yang bertujuan untuk mencukupi kebutuhan modal kerja usaha bagi

<sup>47</sup> Veithzal Rivai Dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), 29

<sup>48</sup> UU tentang Perbankan, no. 10 tahun 1998, bab. 1 pasal. 2, no. 12

<sup>49</sup> Natasya Putri Bahari, "Analisis Pembiayaan Gadai Emas Syariah," *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah dan Audit* 8, no. 1 (Februari 2021): 19

pengusaha. Selain itu dapat berupa pembiayaan investasi yaitu pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha untuk membiayai pembangunan prasarana dan sarana atau peralatan produksi. Sedangkan bagi golongan berpenghasilan tetap, pembiayaan tersebut dapat dipergunakan untuk pembelian atau pembangunan rumah, pembelian kendaraan bermotor dan lain sebagainya yang bersifat produktif.

- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha dan pekerja yang ditujukan untuk membeli barang-barang konsumsi seperti rumah tinggal dan kendaraan bermotor.

#### 5. Prinsip- Prinsip Pembiayaan

Dalam melakukan penilaian permohonan pembiayaan harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan calon nasabah. Di dunia perbankan maupun non perbankan syariah prinsip penilaian dikenal dengan 5C yaitu:<sup>50</sup>

- a. *Character* (Karakteristik) Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah. Menggambarkan watak dan kepribadian calon nasabah, lembaga keuangan bank dan non bank perlu melakukan analisis terhadap karakter calon nasabah dengan tujuan untuk mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai keinginan untuk memenuhi kewajiban membayar kembali pembiayaan yang telah diterima hingga lunas. Lembaga keuangan ingin meyakini *willingness to repay* dari

---

<sup>50</sup> Rahmat Ilyas, "Peran Dewan Pengawasan Syariah Dalam Perbankan Syariah," *Jurnal Perbankan Syariah* 2, no. 1 (April 2021): 89–90

calon nasabah, yaitu keyakinan bank terhadap kemauan calon nasabah mau memenuhi kewajibannya sesuai dengan jangka waktu yang telah diperjanjikan. Lembaga keuangan bank maupun non bank ingin mengetahui bahwa calon nasabah mempunyai karakter yang baik, jujur, dan mempunyai komitmen terhadap pembayaran kembali pembiayaannya.

- b. *Capacity* ( Kemampuan ) Analisis ini ditunjukkan untuk mengetahui kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajiban sesuai jangka waktu pembiayaan. Lembaga keuangan perlu mengetahui dengan pasti kemampuan keuangan calon nasabah dalam memenuhi kewajibannya setelah lembaga keuangan memberikan pembiayaan. Kemampuan keuangan calon nasabah sangat penting karena merupakan sumber utama pembayaran. Semakin baik kemampuan keuangan calon nasabah, maka akan semakin baik kemungkinan kualitas pembiayaan dapat dipastikan bahwa pembiayaan yang diberikan bank dan lembaga non bank syariah dapat dibayar sesuai dengan jangka waktu yang diperjanjikan.

- c. *Capital* (Modal) Capital atau modal yang perlu disertakan dalam objek pembiayaan perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam. Modal merupakan jumlah modal yang dimiliki oleh calon nasabah atau jumlah dana yang akan disertakan dalam proyek yang dibiayai. Semakin besar modal yang dimiliki dan disertakan oleh calon nasabah dalam objek pembiayaan akan semakin meyakinkan bagi bank akan

keseriusan calon nasabah dalam mengajukan pembiayaan dan pembayaran kembali.

- d. *Collateral* (Jaminan) Merupakan agunan yang diberikan oleh calon nasabah atas pembiayaan yang diajukan. Agunan merupakan sumber pembiayaan kedua. Dalam hal nasabah tidak dapat membayar angsurannya, maka bank dan lembaga keuangan non bank dapat melakukan penjualan agunan digunakan sebagai sumber pembayaran kedua untuk melunasi pembiayaannya. Bank dan non bank tidak akan memberikan pembiayaan yang melebihi nilai agunan.
- e. *Economic Conditions* (Kondisi Ekonomi) Merupakan analisis terhadap kondisi perekonomian. Lembaga keuangan perlu mempertimbangkan sektor usaha calon nasabah dikaitkan dengan kondisi ekonomi. Lembaga keuangan bank dan non -bank perlu melakukan analisis dampak kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah di masa yang akan datang, untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap usaha calon nasabah.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah – kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis dan juga rumusan masalah asosiatif yakni suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antar dua variabel.<sup>51</sup> Jenis data yang digunakan adalah data primer. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif kuansal. Penelitian kuansal adalah desain penelitian yang bertujuan menentukan hubungan dan pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya.<sup>52</sup>

#### B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>53</sup> Penelitian menetapkan seluruh nasabah PT Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, 7

<sup>52</sup> Tim Revisi Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, 41

<sup>53</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, 80

populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul *representatif* (mewakili).<sup>54</sup>

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>55</sup> *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>56</sup> Kriteria sampel yang digunakan yakni :

- 1) Nasabah PT Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi yang melakukan gadai emas di pegadaian
- 2) Nasabah PT Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi yang sudah menjadi nasabah selama 2 (satu) tahun terakhir

### C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Saat melakukan proses penelitian, yang terpenting adalah puas dengan bahan penelitian. Karena inti penelitian adalah pengumpulan informasi. Adapun instrumen dalam penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian yaitu :<sup>57</sup>

---

<sup>54</sup> Sugiyono, 81.

<sup>55</sup> Sugiyono, 84.

<sup>56</sup> Sugiyono, 85.

<sup>57</sup> Sugiyono, 222.

a. Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden secara langsung maupun tidak langsung. Kuesioner termasuk aspek penting dalam penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan untuk mengumpulkan informasi/data dari responden.

Dengan penyebaran kuesioner terhadap penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* diperlukan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>58</sup> Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert* maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

**Tabel 3.1**  
**Pilihan Nilai Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Pilihan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu – ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : diolah peneliti 2023

---

<sup>58</sup> Sugiyono, 92

#### D. Analisis Data

Dalam suatu penelitian kuantitatif ini, analisis data adalah suatu pengolahan data setelah data dan jawaban yang didapat dari respon serta sumber data lainnya terkumpul dengan lengkap. Analisis data merupakan proses pencarian serta menyusun dengan sistematika data yang telah didapatkan dari hasil catatan observasi, penyebaran kuesioner, serta dokumentasi dengan cara mengelola setiap data yang ada ke dalam kategori – kategori yang ada, penjelasan ke dalam setiap bagian, melaksanakan sintesa, mengolah mana yang penting, menyusun ke dalam bagian – bagian yang disediakan lalu dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh pembaca atau orang lain pada umumnya dan khususnya diri sendiri.<sup>59</sup>

Dalam melakukan analisis data dalam penelitian ini dengan melalui beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Proses *Editing*

Tahapan paling awal dalam analisis data yaitu melakukan berupa suatu editing terhadap data – data yang telah dikumpulkan dari hasil observasi atau survei lapangan. Pada dasarnya prinsip proses olah data atau *editing* bertujuan supaya data yang diamati dapat dianalisa secara lengkap dan akurat pastinya.

2. Tabulasi

Setelah menyajikan data yang diperoleh dalam bentuk tabel.

Selanjutnya dilakukan tabulasi dengan tujuan supaya data bisa dengan

---

<sup>59</sup> Sugiyono, 147.

mudah disusun, dihitung serta mudah dalam penataan data untuk disajikan dan dianalisis. Setelah proses tabulasi selesai maka selanjutnya data – data yang ada didalam tabel – tabel tersebut akan diolah dengan *Software Statistical Package for Social Science (SPSS) for Windows*. agar data yang dikumpulkan dapat menghasilkan jawaban – jawaban maka harus diolah serta dianalisis sehingga nantinya dapat diambil sebuah keputusan atau kesimpulan.

### 3. Uji Instrumen Data

#### 1) Uji validitas

Uji validitas menurut Arikunto berpendapat bahwa validitas merupakan ukuran yang menunjukkan sejauh mana tingkatan kesahihan atau tidaknya sebuah data dan bisa juga diartikan keabsahan suatu instrumen penelitian.<sup>60</sup>

Uji validitas dilakukan uji menguji apakah data – data angket atau kuesioner yang ada dalam penelitian bernilai valid atau justru tidak valid nilainya. Pengujian ujian validitas dalam penelitian ini menggunakan *SPSS for windows*. adapun bagian nilai dalam penilaian uji validitas yaitu sebagai berikut.<sup>61</sup>

- 1) Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka item – item yang terdapat dalam kuesioner dinyatakan valid
- 2) Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka nilai item dari kuesioner dinyatakan tidak valid

<sup>60</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012), 211.

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan suatu uji kevalidan dan keabsahan instrumen di dalam penelitian dengan bertujuan supaya nantinya dapat mengetahui seberapa jauh skala atau alat ukur dapat dipastikan kebenarannya atau dipercaya.<sup>62</sup>

Adapun uji reliabilitas terhadap penelitian ini dengan menggunakan metode *Cronbach alpha* dengan bantuan aplikasi yang terdapat pada *IMB SPSS for windows*. Kategori nilai tersendiri dalam uji reliabilitas terdapat lima bagian yaitu apabila nilai hitung  $< 0,200$  dinyatakan tidak reliabel, untuk nilai skala 0,210-0,400 dinyatakan kurang reliabel, dengan berskala nilai 0,410-0,600 dibilang cukup reliabel, untuk nilai berskala 0,610- 0,800 dinyatakan reliabel, begitu juga nilai skala nilai  $> 0,810$  dinyatakan sangat reliabel.<sup>63</sup>

## 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memberikan kejelasan terhadap persamaan nilai regresi yang di dapat mempunyai nilai yang konsisten, tidak bias, tidak berubah – ubah dan memiliki konsisten atau ketetapan estimasi. Adapun untuk uji asumsi klasik selebihnya dijabarkan sebagai berikut:

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*, 28.

<sup>63</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*, 168.

### 1) Uji Normalitas

Normalitas dilakukan bermaksud untuk menguji dan mengetahui apakah pendistribusian data dalam penelitian dari masing – masing variabel memiliki nilai distribusi yang normal atau justru tidak normal. Uji normalitas terhadap penelitian ini dengan melaksanakan pendekatan uji yang sama. *Kolmogorov Smirnov Test* dimana kriteria nilainya yang terdapat dalam pengujian ini yaitu jika  $p > 0.05$  maka nilai distribusi dinyatakan dengan normal adapun sebaliknya apabila nilai dari  $p < 0,05$  maka dapat dipastikan nilai item tidak terdistribusi dengan normal atau kata lainnya dinyatakan tidak normal.<sup>64</sup>

### 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>65</sup>

Uji heteroskedastisitas ini menggunakan metode glejser dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terdapat nilai mutlak residualnya maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas. Jika diperoleh nilai signifikan untuk variabel

---

<sup>64</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 160

<sup>65</sup> Imam Ghazali, 137

independen  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat problem heteroskedastisitas.

### 3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinear. Jadi, multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Dasar pengambilan keputusannya adalah nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Bila *Tolerance*  $> 0,10$  tidak terjadi multikolinieritas dan bila *Tolerance*  $< 0,10$  terjadi multikolinieritas. Sedangkan jika  $VIF < 10$  tidak terjadi multikolinieritas dan bila  $VIF > 10$  terjadi multikolinieritas.<sup>66</sup>

---

<sup>66</sup> Rochmad Aldi Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (UNMUH Ponorogo Press, 2016), 116-122

## 5. Uji Hipotesis

### 1) Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial atau uji T digunakan pada dasarnya untuk melihat bagaimana pengaruh dari satu variabel independen terhadap variabel dependen dalam menjelaskan variasinya. Untuk hasil uji T yaitu apabila terdapat dari nilai probabilitas yang signifikansinya lebih kecil dari 0,05 atau 5% maka dapat dikatakan bahwa satu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Perlu dilihat bahwa hipotesis dikatakan diterima apabila nilai signifikansinya  $\alpha < 0,05$  lalu hipotesis akan dinyatakan ditolak apabila nilai signifikansinya  $\alpha > 0,05$ . Adapun dalam pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

1) Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka dapat dikatakan bahwa  $H_0$  dinyatakan ditolak sedangkan  $H_a$  dapat diterima

2) Apabila  $T_{hitung} < T_{tabel}$  sebaliknya dalam hal ini  $H_0$  dinyatakan diterima adapun untuk  $H_a$  dikatakan ditolak.<sup>67</sup>

### 2) Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji apakah persamaan model regresi yang digunakan sudah dapat dikatakan tepat atau tidak serta menunjukkan apakah dari variabel bebas yang dimasukkan dalam persamaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Adapun nilai dalam uji F dapat dilihat dengan tingkat

<sup>67</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*, 98

signifikansi sebesar 0,05 dengan ketentuan penilaian yang dapat digunakan dalam suatu uji F yakni sebagai berikut:

- a) Apabila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  dan apabila probabilitasnya bernilai lebih kecil dari nilai tingkat signifikansinya ( $\text{sig} < 0,05$ ) maka bisa dikatakan diterima.
- b) Begitu juga sebaliknya apabila  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis secara simultan ditolak.

Selain untuk melihat ketepatan model regresi, uji F juga digunakan untuk melihat dan mengetahui pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  artinya variabel terikat mempengaruhi variabel bebas

#### 6. Analisis Regresi Linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari model regresi linier sederhana. Jika pada model regresi linier sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat maka pada regresi linier berganda jumlah variabel bebasnya lebih dari satu dan satu variabel terikat. Dengan bertambahnya variabel bebas maka bentuk umum dari persamaan regresi berganda yang mencakup dua atau lebih variabel bebas adalah sebagai berikut.<sup>68</sup>

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

<sup>68</sup> Setia Ningsih, "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *Jurnal Of Mathematis 1*, no. 1 (Januari 2019): 48

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Perkembangan

Kegiatan gadai pada sejarah peradaban manusia sudah terjadi di Negara Cina pada tahun 3000 yang lalu. Pegadaian dikenal mulai dari Eropa, yaitu Negara Italia, Inggris, dan Belanda. Pengenalan di Indonesia pada awal masuknya Kolonial Hindia Belanda, yaitu sekitar akhir abad – XIX, oleh sebuah bank yang bernama *Van Learning*. Bank tersebut memberi jasa pinjaman dana dengan syarat penyerahan barang bergerak, sehingga bank ini pada hakikatnya telah memberikan jasa pegadaian. Pada awal abad 20-an pemerintah Hindia-Belanda berusaha mengambil alih usaha pegadaian dan memonopolinya dengan cara mengeluarkan staatsblad No. 131 tahun 1901. Peraturan tersebut diikuti dengan pendirian sejak berlakunya staatsblad No. 226 tahun 1960.<sup>69</sup>

Selanjutnya pegadaian milik pemerintah tetap diberi fasilitas monopoli atas kegiatan pegadaian di Indonesia. Dinas pegadaian mengalami beberapa kali bentuk badan hukum sehingga akhirnya pada tahun 1990 menjadi perusahaan umum. Pada tahun 1960 dinas pegadaian berubah menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian pada tahun 1969 Perusahaan Negara Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Negara Jawatan (Perjan) Pegadaian, pada tahun 1990 menjadi Perusahaan Umum (Perum)

---

<sup>69</sup> Yuyun Juwita Lestari, “Dasar Hukum Pegadaian Syariah Dalam Fatwa DSN-MUI,” *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)* 3, no. 2 (Maret 2021): 145-146

Pegadaian melalui PP No. 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990. Pada waktu pegadaian masih berbentuk Perusahaan Jawatan, misi social dari pegadaian merupakan satu- satunya acuan yang digunakan oleh manajemennya dalam mengelola pegadaian.

Usaha penyaluran uang pinjaman sebagai kegiatan utamanya, pegadaian syariah sampai saat ini telah memiliki 22 kantor cabang di 9 kantor wilayah di lingkup jangkauan yang masih terbatas. Keberadaan pegadaian syariah ini, diharapkan mampu mengelola usahanya dengan cara lebih professional, tanpa meninggalkan ciri khusus dan misinya, yaitu pinjaman atas dasar hukum gadai syariah dengan pasar sasaran adalah masyarakat golongan sosial ekonomi 44 lemah (kecil) dan dengan cara mudah, cepat, aman dan hemat sesuai dengan mottonya “Mengatasi Masalah sesuai Syariah”

Gedung kantor cabang PT. Pegadaian Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima Banyuwangi didirikan pada bulan April tahun 2009 yang dipimpin oleh ibu Nurhidayah. Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima merupakan Unit satu – satunya di Banyuwangi.

## 2. Visi dan Misi

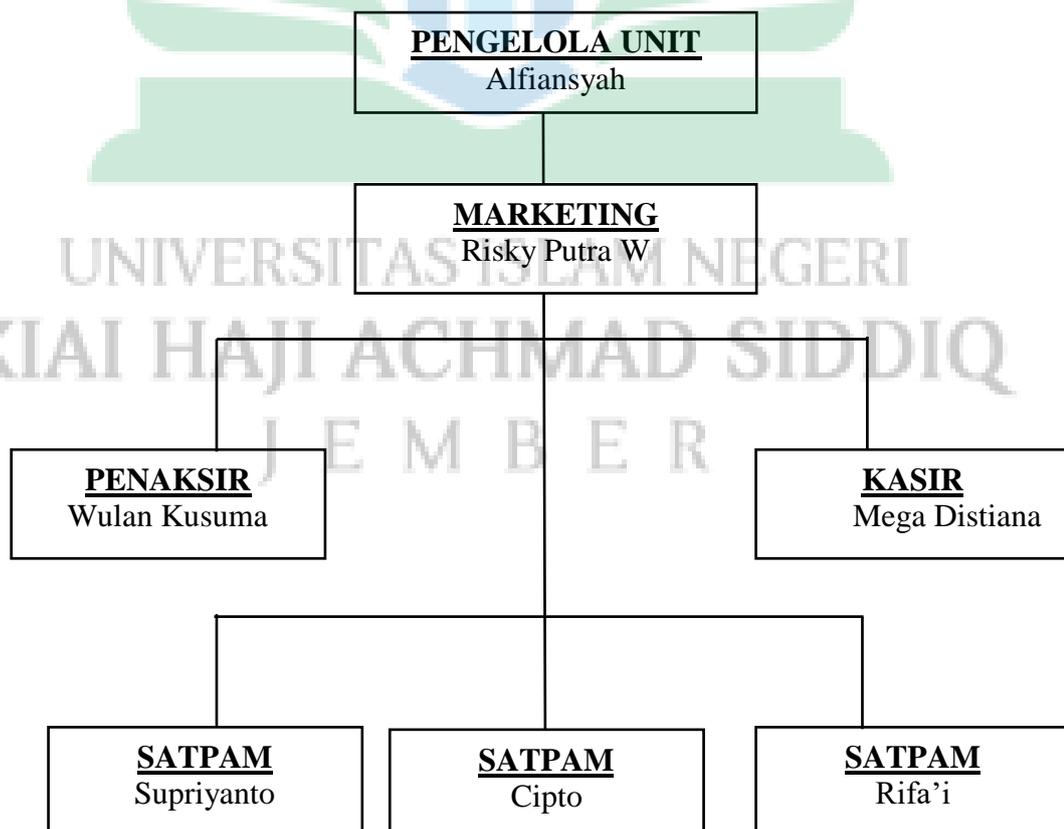
### a) Visi Pegadaian Syariah

Visi Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi “Menjadi solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah”.

b) Misi Pegadaian Syariah

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah guna mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

**Struktur Organisasi PT Pegadaian Syariah**



## B. Penyajian Data

### 1. Karakteristik Responden

#### a. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
1	Laki-laki	12
2	Perempuan	38
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, menyatakan bahwa dari 50 responden jumlah, dapat dijelaskan lebih dominan oleh perempuan, yaitu sebanyak 38, sedangkan jumlah responden laki-laki sebanyak 12 responden.

#### b. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah
1	18-25 tahun	21
2	26-50 tahun	25
3	> 50 tahun	4
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa dari 50 responden diantaranya terdiri dari responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 21 responden, usia 26-50 tahun sebanyak 25 responden, usia >50 tahun sebanyak 4 responden.

c. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Pelajar/Mahasiswa	15
2	Wiraswasta	20
3	PNS	3
4	Lainnya	12
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa dari 50 responden diantaranya terdiri dari responden yang sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 15 responden, yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak

20 responden, yang bekerja sebagai PNS sebanyak 3 responden, dan yang bekerja sebagai lainnya sebanyak 12 responden.

d. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah
1	SD/SMP/SM A	42
2	S1	8
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.4 terlihat bahwa dari 50 responden diantaranya terdiri dari responden yang berpendidikan SD/SMP/SMA sebanyak 42 responden, sedangkan yang berpendidikan S1 8 responden.

e. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Tipe Nasabah

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Tipe Nasabah**

No	Tipe Nasabah	Jumlah
1	Gadai	48
2	Menabung	2
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.5 terlihat bahwa dari 50 responden diantaranya terdiri dari responden dengan tipe nasabah gadai sebanyak 48 responden, sedangkan dengan tipe nasabah menabung 2 responden.

f. Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Responden yang telah diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden atau nasabah. Uraian dari karakteristik responden atau nasabah berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah**

No	Lama Nasabah	Jumlah
1	2-5 tahun	29
2	5-7 tahun	15
3	7-10 tahun	6
	<b>Jumlah</b>	50

*Sumber:* Data diolah dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.6 terlihat bahwa dari 50 responden diantaranya terdiri dari responden yang sudah 2-5 tahun menjadi nasabah sebanyak 29 responden, yang 5-7 tahun sebanyak 15 responden dan 7-10 tahun menjadi nasabah sebanyak 6 responden.

## C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Pengujian Instrumen Data

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban kuesioner (data primer), terlebih dahulu dilakukan uji validitas instrumen (butir pertanyaan) yang digunakan agar dapat diketahui kelayakan dari penggunaan butir pertanyaan dalam penelitian. Pengujian Instrumen tersebut dilakukan dengan bantuan program SPSS 27.

#### a. Uji Validitas

Uji validitas di sini menggunakan rumus *Bivariate Pearson* SPSS yang dapat dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel untuk degree of freedom (df) = n – variabel , 50-5= 45 dengan  $\alpha$  (alpha) 5% (0,05) didapat r tabel = 0,2732. Jika rhitung > rtabel maka butir soal pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Uji validitas menggunakan bantuan SPSS 27. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Uji Validitas**

No	Variabel	Item Pertanyaan	Alpha ( $\alpha$ )	r tabel	r hitung	Keterangan
1	<i>Promotion</i> (Promosi) X1	X1_1	0,05	0,2732	0,640	Valid
		X1_2	0,05	0,2732	0,653	Valid
		X1_3	0,05	0,2732	0,617	Valid
		X1_4	0,05	0,2732	0,494	Valid
2	<i>Price</i> (Harga) X2	X2_5	0,05	0,2732	0,769	Valid
		X2_6	0,05	0,2732	0,856	Valid
		X2_7	0,05	0,2732	0,718	Valid
		X2_8	0,05	0,2732	0,448	Valid
3	<i>Services Quality</i>	X3_9	0,05	0,2732	0,545	Valid

	(Kualitas Pelayanan) X3	X3_10	0,05	0,2732	0,547	Valid
		X3_11	0,05	0,2732	0,447	Valid
		X3_12	0,05	0,2732	0,668	Valid
4	Location (Lokasi) X4	X4_13	0,05	0,2732	0,579	Valid
		X4_14	0,05	0,2732	0,845	Valid
		X4_15	0,05	0,2732	0,810	Valid
		X4_16	0,05	0,2732	0,538	Valid
5	Keputusan Nasabah (Y)	Y_17	0,05	0,2732	0,807	Valid
		Y_18	0,05	0,2732	0,924	Valid
		Y_19	0,05	0,2732	0,901	Valid

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan dalam penelitian ini menunjukkan semua item penelitian dikatakan valid karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60. Uji reliabilitas menggunakan bantuan SPSS

27. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standarisasi	Keterangan
1	Promotion (Promosi) X1	0,840	0,6	Reliabel
2	Price (Harga) X2	0,657	0,6	Reliabel
3	Services Quality (Kualitas Pelayanan) X3	0,809	0,6	Reliabel
4	Location (Lokasi) X4	0,633	0,6	Reliabel
5	Keputusan Nasabah (Y)	0,852	0,6	Reliabel

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 dan oleh

karena itu dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel di atas adalah reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan metode kolmogorov smirnov dengan ketentuan  $> 0.05$  dikatakan normal.<sup>70</sup> Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov  
Test

N	50
Asymp. Sig (2-tailed)	0,103

*Sumber:* Lampiran 8

Dari hasil uji normalitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,103. Karena nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi dengan normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas adalah menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas (tidak terjadi multikolinieritas). Jika

<sup>70</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021), 69

nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Dengan melihat nilai VIF (*Varian Infloating Factor*) : jika nilai VIF  $\leq 10,00$  maka tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10, maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	<i>Promotion</i> (Promosi)	0,897	1,115
	<i>Price</i> (Harga)	0,876	1,141
	<i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	0,978	1,023
	<i>Location</i> (Lokasi)	0,953	1,049

a. Dependent Variabel: Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa uji multikolinieritas model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel bebas, karena dapat dilihat dari nilai *tolerance* pada masing-masing variabel bebas atau independen yang lebih besar dari 0,1. Sedangkan perhitungan nilai VIF menunjukkan pada masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang digunakan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.<sup>71</sup> Pengujian pada penelitian ini menggunakan metode uji Glejser:

**Tabel 4.11**  
**Uji Heteroskedastisitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Sig.
<i>Promotion</i> (Promosi)	0,52 7
<i>Price</i> (Harga)	0,83 5
<i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	0,39 8
<i>Location</i> (Lokasi)	0,42 6

Sumber: Lampiran 9

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keempat variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

### 3. Uji Hipotesis

a) Uji T

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial dengan bantuan program SPSS 27 dapat dianalisis sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	T	Sig.
<i>Promotion</i> (Promosi)	8,289	0,00 1

<sup>71</sup> Syafrida Hafni Sahir, 69

<i>Price</i> (Harga)	3,859	0,00 1
<i>Services Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	-5,426	0,00 1
<i>Location</i> (Lokasi)	-5,031	0,00 1

Sumber: Lampiran 9

Tabel dalam penelitian ini dihitung menggunakan excel dengan rumus  $=TINV(0,05; 45)$  mendapatkan nilai t tabel (2,014/-2,014). Karena nilai t hitung (8,289) > nilai t tabel (2,014), dan nilai sig. Variabel promosi X1 (0,001) < 0,05 dan arah koefisien positif maka dapat disimpulkan variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Selanjutnya nilai t hitung (3,859) > nilai t tabel (2,014), dan nilai sig. Variabel harga X2 (0,001) < 0,05 dan arah koefisien positif maka dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Berikutnya nilai t hitung (-5,426) < nilai t tabel (-2,014), dan nilai sig. Variabel kualitas pelayanan X3 (0,001) < 0,05 dan arah koefisien negatif maka dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Terakhir nilai t hitung (-5,031) < nilai t tabel (-2,014), dan nilai sig. Variabel lokasi X4 (0,001) < 0,05 dan arah koefisien negatif maka dapat disimpulkan variabel lokasi berpengaruh negatif signifikan

terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

b) Uji F

Berdasarkan hasil uji simultan dengan bantuan program SPSS 27 dapat dianalisis sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model	F	Sig.
Regression	28,310	0,001

*Sumber:* Lampiran 10

F tabel pada penelitian ini dihitung menggunakan excel dengan rumus =FINV(0,05; 4; 45) mendapatkan nilai F tabel (2,578). Maka berdasarkan tabel di atas nilai F hitung (28,310) > F tabel (2,578) dan signifikansi 0,001 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

c) Uji Koefisien Determinasi

Tujuan koefisien determinasi adalah untuk mengetahui besarnya sumbangan (*contribution*) variabel bebas (X) terhadap variasi (naik-turunnya) variabel Y dari persamaan regresi tersebut.<sup>72</sup>

Berikut hasil uji menggunakan SPSS 27:

<sup>72</sup> Sihabudin, *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS* (Banyumas: CV. Pena Persada, 2021), 93.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Mode	Adjusted R Square
1	0,690

*Sumber:* Lampiran 10

Berdasarkan tabel di atas nilai Adjusted R Square yakni 0,690 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah sebesar 69% sedangkan sisanya  $(100\% - 69\%) = 31\%$  dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS 27, yakni dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>	
Model	Unstandardized B
(Constant)	11,195
Promotion (Promosi)	0,434
Price (Harga)	0,189
Services Quality (Kualitas Pelayanan)	-0,259
Location (Lokasi)	-0,211

*Sumber:* Lampiran 9

Berdasarkan tabel di atas mengenai estimasi regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 27, maka dapat diperoleh persamaan

regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$= 11,195 + 0,434X_1 + 0,189X_2 + -0,259X_3 + -0,211X_4$$

Keterangan :

Y : Nilai prediksi variabel dependen (produk pembiayaan gadai emas syariah)

a : Konstanta, yaitu nilai Y jika X1, X2, X3 dan X4 = 0

b1, b2 : Koefisien regresi, yaitu nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X1, X2, X3 dan X4

X1 : Variabel independen (Promosi)

X2 : Variabel independen (Harga)

X3 : Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

X4 : Variabel independen (Lokasi)

Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta (*a*) adalah 11,195. hal ini dapat diartikan jika promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi nilainya adalah 0, maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah nilainya 11,195.

2) Nilai koefisien regresi variabel promosi (*b1*) bernilai yaitu 0,434.

Jika nilai promosi bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah sebesar 0,434 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

- 3) Nilai koefisien regresi variabel harga ( $b_2$ ) bernilai yaitu 0,189. Jika nilai harga bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah sebesar 0,189 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $b_3$ ) bernilai yaitu 0,259. Jika nilai kualitas pelayanan bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah sebesar 0,259 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- 5) Nilai koefisien regresi variabel lokasi ( $b_4$ ) bernilai yaitu 0,211. Jika nilai Lokasi bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah sebesar 0,211 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

#### **D. Pembahasan**

1. Pengaruh Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah ( $Y$ )

Berdasarkan hasil pengujian parsial nilai  $t$  hitung ( $8,289$ ) > nilai  $t$  tabel ( $2,014$ ), dan nilai sig. Variabel Promosi  $X_1$  ( $0,001$ ) <  $0,05$ , maka  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan “Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas

Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Anisa yang menjelaskan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>73</sup> Hal ini menandakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran yang berguna untuk menarik para calon nasabah supaya tertarik menggunakan produk-produk yang ditawarkan pegadaian syariah terutama produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

## 2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Y)

Berdasarkan nilai t hitung (3,859) > nilai t tabel (2,014), dan nilai sig. Variabel harga X2 (0,001) < 0,05 maka H2 diterima. Dapat disimpulkan “Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”.

Penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitri Haryanti dan Lulup Endah Tripalupi yang menjelaskan bahwa faktor harga memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.<sup>74</sup> Harga merupakan

---

<sup>73</sup> Siti Anisa, “Pengaruh Promosi, Nilai Taksiran, Pelayanan, dan Pembiayaan Pemeliharaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pelayanan Jasa Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Unit Cabang Kamal),” *Jurnal Ekonomi* 4, no. 2 (November 2021): 19

<sup>74</sup> Fitri Haryanti dan Lulup Endah Tripalupi, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng,” *Jurnal Akuntansi Profesi* 8, no. 2 (September 2022): 18

komponen bauran pemasaran yang sangat sensitif dalam menarik calon nasabah untuk menggunakan produk pegadaian syariah. PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi harus mampu memberikan harga yang terbaik dan menarik sesuai kebutuhan calon nasabahnya sehingga mereka tertarik menggunakan produk pembiayaan gadai emas yang ditawarkan.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Y)

Berdasarkan nilai  $t$  hitung ( $-5,426$ ) < nilai  $t$  tabel ( $-2,014$ ), dan nilai sig. Variabel Kualitas Pelayanan X3 ( $0,001$ ) <  $0,05$  maka H3 diterima. Dapat disimpulkan “Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”.

Namun, tanda negatif pada koefisien kualitas pelayanan menjadikan interpretasi tersebut tidak wajar. Seharusnya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, keputusan nasabah untuk tetap menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi juga semakin tinggi.

Seperti halnya hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Achmad Fahim yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.<sup>75</sup> Kualitas pelayanan yang baik yakni sebagaimana PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi memberikan

---

<sup>75</sup> Achmad Fahim, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pengadaian Syariah Suci Gresik,” *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)* 5, no 2 (Agustus, 2019): 125

pelayanan yang sopan, ramah, cekatan, berpenampilan menarik, kemudahan transaksi dan kecepatan menangani keluhan akan menghasilkan keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas yang ditawarkan perusahaan.

#### 4. Pengaruh Lokasi (X4) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Y)

Berdasarkan nilai  $t$  hitung  $(-5,031) < \text{nilai } t \text{ tabel } (-2,014)$ , dan nilai sig. Variabel Lokasi X4  $(0,001) < 0,05$  maka  $H_4$  diterima. Dapat disimpulkan “Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi”.

Penelitian ini didukung penelitian terdahulu oleh Achmad Fahim yang menjelaskan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas syariah.<sup>76</sup> Namun, tanda negatif pada koefisien lokasi menjadikan interpretasi tersebut tidak wajar.

Seharusnya semakin terjangkau lokasi perusahaan, maka keputusan nasabah lebih besar untuk tetap menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi juga semakin tinggi.

Karena dengan lokasi kantor yang strategis, dekat dengan tempat tinggal warga serta terjangkau dengan transportasi umum akan mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi gadai emas syariah,

---

<sup>76</sup> Achmad Fahim, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pegadaian Syariah Suci Gresik,” 130.

sehingga hal tersebut dapat menarik sebagian besar masyarakat dan cukup kuat dalam mengubah pola keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi gadai emas syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.

5. Pengaruh Promosi (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Lokasi (X4) Secara Simultan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Y)

Berdasarkan nilai  $F$  hitung (28,310) >  $F$  tabel (2,578) dan signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_5$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian terdahulu Suwarti yang menjelaskan bahwa bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.<sup>77</sup>

Hal tersebut dapat diartikan bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi merupakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah. Jadi PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi wajib memperhatikan faktor-faktor tersebut supaya dapat tetap mempertahankan nasabahnya atau menarik calon nasabahnya.

---

<sup>77</sup> Suwarti, "Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah Pt Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas)" (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022): 62

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah pada PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian parsial nilai t hitung ( $8,289$ ) > nilai t tabel ( $2,014$ ), dan nilai sig. Variabel promosi X1 ( $0,001$ ) <  $0,05$  , maka H1 diterima. Dapat disimpulkan “Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi karena koefisiennya =  $0,434$  sehingga setiap ketambahan 1 poin, maka rata – rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah  $0,434$  satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap”
2. Berdasarkan nilai t hitung ( $3,859$ ) > nilai t tabel ( $2,014$ ), dan nilai sig. Variabel harga X2 ( $0,001$ ) <  $0,05$  maka H2 diterima. Dapat disimpulkan “Harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi karena koefisiennya =  $0,189$  sehingga setiap ketambahan 1 poin, maka rata – rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah  $0,189$  satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap”

3. Berdasarkan nilai  $t$  hitung  $(-5,426) < \text{nilai } t \text{ tabel } (-2,014)$ , dan nilai sig. Variabel kualitas pelayanan  $X_3 (0,001) < 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Dapat disimpulkan “Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi karena koefisiennya= 0,259 sehingga setiap ketambahan 1 poin, maka rata – rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah 0,259 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap”
4. Berdasarkan nilai  $t$  hitung  $(-5,031) < \text{nilai } t \text{ tabel } (-2,014)$ , dan nilai sig. Variabel Lokasi  $X_4 (0,001) < 0,05$  maka  $H_4$  diterima. Dapat disimpulkan “Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi karena koefisiennya= 0,211 sehingga setiap ketambahan 1 poin, maka rata – rata keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah akan bertambah 0,211 satuan dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap”
5. Berdasarkan nilai  $F$  hitung  $(28,310) > F \text{ tabel } (2,578)$  dan signifikansi  $0,001 < 0,05$  maka  $H_5$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa promosi, harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi karena nilai konstanta= 11.195

## B. Saran-Saran

Berdasarkan pada hasil analisis pembahasan dan kesimpulan di atas, terdapat saran-saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik:

1. Diharapkan perusahaan selalu memperhatikan faktor-faktor yang ada dalam penelitian ini yakni meningkatkan kualitas pelayanan dan promosi serta selalu meninjau ulang kesesuaian harga dan lokasi kantor agar supaya nasabah tetap menggunakan jasa PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lebih varian lagi diluar varian kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan gadai emas pada PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi. Dikarenakan variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya menghasilkan 69% terhadap pengambilan keputusan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, “Pengaruh Promosi Nilai Taksiran, Pelayanan, dan Pembiayaan Pemeliharaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pelayanan Jasa Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Unit Cabang Kamal).” *Jurnal Ekonomi*. (November 2021): 126
- Damarjati, Ahmad Rifqi. “Analisi Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro).” skripsi (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2014): 16
- Deni Tri Mulyono, “Faktor Nasabah Dalam menggunakan produk RAHN pada PT Pegadaian syariah ah cabang subrantas pekanbaru.” *Jurnal Hukum, Administrasi Negara, Perbankan Syariah, Akuntansi 2*, no 1, (Maret 2021): 107
- Fahim, Achmad. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Unit Pegadaian Syariah Suci Gresik.” *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine) 5*, no 2 (Agustus, 2019): 179
- Fakrurradhi. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Pembiayaan RAHN di Pegadaian Syariah Cabang Pembantu Sigli.” *Jurnal Kajian Islam dan Sosial Keuangan 2*, no. 2 (Februari 2020): 85
- Haryanti, Fitri dan Lulup Endah Tripalupi. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Buleleng.” *Jurnal Akuntansi Profesi 12*, no. 2 (September 2022, <https://doi.org/10.23887/jap.v13i02.29206>)
- Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Kotler, Philip dan G Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Liya Kartika, “Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk RAHN Pada PT Pegadaian Syariah Sungai Liput.” *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra 4*, no 5, (oktober 2023): 266

- Maula Nasrifah “Penerapan Sistem Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Probolinggo.” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 8, no. 1, (Januari 2022): 90
- Muanas, Arief. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2014.
- Muklis, “Analisis Faktor – Faktor Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Cabang Pegadaian Syariah Unit Pasar Babakan Kota Tangerang),” *Journal Of Islamic Economic, Business And Finance* 11, no. 1 (Agustus 2021): 27
- Natasya Putri. “Analisi Pembiayaan Gadai Emas Syariah : (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Tomang Raya.” *Jurnal Reksa: Rekayasa Keuamgam, Syariah dan Audit* 8, no. 1 (Februari 2021): 19
- Purnomo, Rochmad Aldi. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV. WADE GROUP, 2016.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia, 2021.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Sherly Ratna, “Pengaruh Harga Emas, Beban Operasional Pendapatan Operasional (BOPO) dan Non Performing Financing (NPF) Terhadap Profitabilitas Rahn Emas (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Seluruh Indonesia) Periode Tahun 2014-2018,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 8, no. 2 (Maret 2022): 1
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Press, 2022.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2012.
- Suwarti. “Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Upc Sumpiuh-Banyumas).” (Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022).
- Tim penyususun. *pedoman penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press, 2020.
- UU tentang Perbankan, no. 10 tahun 1998, bab. 1 pasal. 2, no. 12

Zainarti, Muhammad Syafrizal “Analisis Alasan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Solusi Permasalahan Keuangan (Studi Kasus Produk Rahn),” *Journal Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)* 3, no. 2 (Desember 2022): 893



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

1. Pernyataan Keaslian Tulisan

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Arniyati

Nim : 205105010008

Prodi /Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ **Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah Di Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi** “, bukan merupakan hasil plagiat dan tidak mengandung unsur plagiat (*plagiasi*).

Jember, 27 Maret 2024

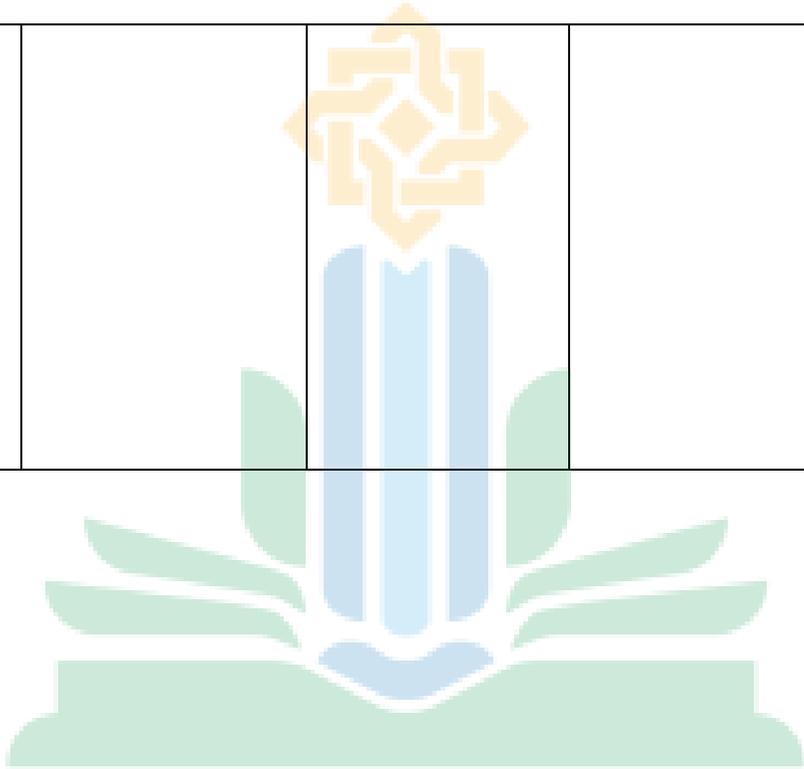
Yang menyatakan

  
Putri Arniyati  
NIM. 205105010008

## 2. Matrik Penelitian

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah pada PT pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variabel independen : faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yakni lokasi, promosi , pelayanan dan harga</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi</li> <li>Harga</li> <li>Pelayanan</li> <li>Lokasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Responden : 50 nasabah</li> <li>Dokumentasi</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kuantitatif</li> <li>Uji Instrumen Data</li> <li>Uji Asumsi Klasik</li> <li>Uji Hipotesis</li> <li>Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Apakah Faktor Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?</li> <li>Apakah Faktor Harga Signifikan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?</li> <li>Apakah Faktor Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?</li> <li>Apakah Faktor Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan</li> </ol>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Variabel dependen : produk pembiayaan gadai emas syariah</li> </ul>	a.			
	<ul style="list-style-type: none"> <li></li> </ul>	a.			

## 2. Matrik Penelitian

					<p>Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?</p> <p>5. Apakah Faktor Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi?</p>
--	--	--	---	--	--

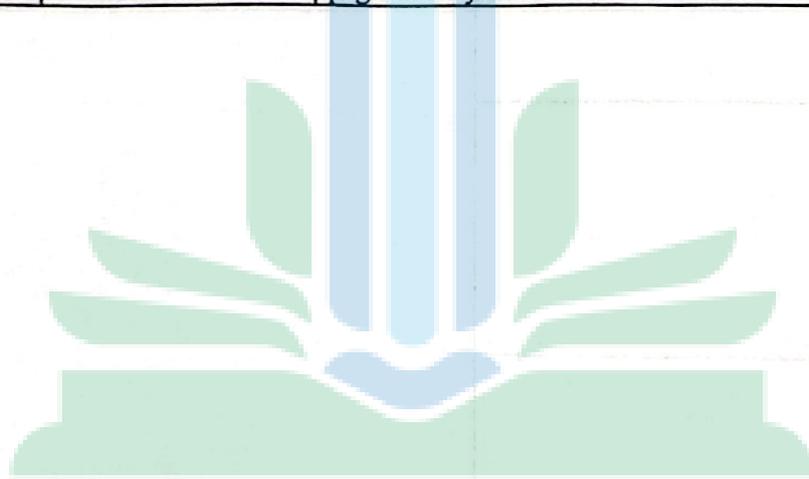
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

### 3. Jurnal Kegiatan Penelitian

#### JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Lokasi Penelitian Di Pegadaian Syariah UPS Simpang Lima Banyuwangi, Jl. Mt Haryono No. 68, Banyuwangi, Jawa Timur

No	Tanggal Penelitian	Jadwal Kegiatan	Ttd.
1	19 Oktober 2023	Penyerahan surat permohonan izin dan proposal penelitian	
2	21 Oktober 2023	Surat permohonan izin telah di ACC oleh pihak pegadaian	
3	23 Oktober 2023	Menunjukkan kusioner penelitian kepada pihak pegadaian	
4	23-30 Oktober 2023	Menyebarkan kusioner kepada nasabah	
5	30 Maret 2024	Meminta surat selesai penelitian pada pegadaian syariah	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

#### 4. Uji Validitas

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH (X)																			
Promotion (Promosi)				Total X1	Price (Harga)				Total X2	Services Quality (Kualitas Pelayanan)				Total X3	Location (Lokasi)				Total X4
X1_1	X1_2	X1_3	X1_4		X2_5	X2_6	X2_7	X2_8		X3_9	X3_10	X3_11	X3_12		X4_13	X4_14	X4_15	X4_16	
4	4	4	5	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	3	18	5	4	4	3	16
5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	5	5	5	3	18	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	3	4	5	5	17	5	3	5	5	18	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
5	5	3	5	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
3	4	4	5	16	5	5	5	5	20	5	5	4	3	17	5	4	4	4	17
5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	3	17	5	5	4	3	17
5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	3	16	5	3	3	4	15
3	5	5	5	18	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	3	18
5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
5	5	4	4	18	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	3	3	5	5	16	3	3	5	5	16
4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
5	5	4	4	18	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16
3	5	5	5	18	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
3	5	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	17
4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	5	4	18
4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
5	4	5	5	19	5	4	4	5	18	5	4	5	5	19	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
5	5	5	4	19	4	4	4	5	17	5	4	4	3	16	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH (Y)

			Total Y
Y_17	Y_18	Y_19	
4	4	4	12
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	4	4	13
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
4	4	4	12

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

**UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL PROMOSI (X1)**

**Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Promotion (Promosi)
X1_1	Pearson Correlation	1	.378**	-.017	.012	.640**
	Sig. (2-tailed)		.007	.908	.935	<.001
	N	50	50	50	50	50
X1_2	Pearson Correlation	.378**	1	.267	-.040	.653**
	Sig. (2-tailed)	.007		.061	.784	<.001
	N	50	50	50	50	50
X1_3	Pearson Correlation	-.017	.267	1	.315*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.908	.061		.026	<.001
	N	50	50	50	50	50
X1_4	Pearson Correlation	.012	-.040	.315*	1	.494**
	Sig. (2-tailed)	.935	.784	.026		<.001
	N	50	50	50	50	50
Promotion (Promosi)	Pearson Correlation	.640**	.653**	.617**	.494**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	50	50	50	50	50

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UJI VALIDITAS  
VARIABEL HARGA (X2)**

**Correlations**

		X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Price (Harga)
X2_5	Pearson Correlation	1	.651**	.304*	.161	.769**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.032	.263	<.001
	N	50	50	50	50	50
X2_6	Pearson Correlation	.651**	1	.629**	.089	.856**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.538	<.001
	N	50	50	50	50	50
X2_7	Pearson Correlation	.304*	.629**	1	.062	.718**
	Sig. (2-tailed)	.032	<.001		.669	<.001
	N	50	50	50	50	50
X2_8	Pearson Correlation	.161	.089	.062	1	.448**
	Sig. (2-tailed)	.263	.538	.669		.001
	N	50	50	50	50	50
Price (Harga)	Pearson Correlation	.769**	.856**	.718**	.448**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.001	
	N	50	50	50	50	50

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X3)**

**Correlations**

		X3_9	X3_10	X3_11	X3_12	Services Quality (Kualitas Pelayanan)
X3_9	Pearson Correlation	1	.315*	-.149	.129	.545**
	Sig. (2-tailed)		.026	.302	.370	<.001
	N	50	50	50	50	50
X3_10	Pearson Correlation	.315*	1	.090	-.095	.547**
	Sig. (2-tailed)	.026		.534	.512	<.001
	N	50	50	50	50	50
X3_11	Pearson Correlation	-.149	.090	1	.210	.447**
	Sig. (2-tailed)	.302	.534		.143	.001
	N	50	50	50	50	50
X3_12	Pearson Correlation	.129	-.095	.210	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.370	.512	.143		<.001
	N	50	50	50	50	50
Services Quality (Kualitas Pelayanan)	Pearson Correlation	.545**	.547**	.447**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.001	<.001	
	N	50	50	50	50	50

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL LOKASI (X4)**

**Correlations**

		X4_13	X4_14	X4_15	X4_16	Location (Lokasi)
X4_13	Pearson Correlation	1	.581**	.234	-.152	.579**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.102	.291	<.001
	N	50	50	50	50	50
X4_14	Pearson Correlation	.581**	1	.616**	.163	.845**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	.258	<.001
	N	50	50	50	50	50
X4_15	Pearson Correlation	.234	.616**	1	.406**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.102	<.001		.003	<.001
	N	50	50	50	50	50
X4_16	Pearson Correlation	-.152	.163	.406**	1	.538**
	Sig. (2-tailed)	.291	.258	.003		<.001
	N	50	50	50	50	50
Location (Lokasi)	Pearson Correlation	.579**	.845**	.810**	.538**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	50	50	50	50	50

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

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

**UJI VALIDITAS**  
**VARIABEL PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH (Y)**

**Correlations**

		Y_17	Y_18	Y_19	Produk Pembiayaan Emas Syariah
Y_17	Pearson Correlation	1	.607**	.537**	.807**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001
	N	50	50	50	50
Y_18	Pearson Correlation	.607**	1	.820**	.924**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001
	N	50	50	50	50
Y_19	Pearson Correlation	.537**	.820**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001
	N	50	50	50	50
Produk Pembiayaan Emas Syariah	Pearson Correlation	.807**	.924**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	
	N	50	50	50	50

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

## 7. Uji Reliabilitas

### UJI RELIABILITAS

Variabel Promosi (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

Variabel Harga (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Variabel Lokasi (X4)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	4

Variabel Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	3

## 8. Uji Normalitas

### UJI NORMALITAS

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	.95831
Most Extreme Differences	Absolute	.172
	Positive	.100
	Negative	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		1.218
Asymp. Sig. (2-tailed)		.103
Exact Sig. (2-tailed)		.091
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. User-Specified

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

9. Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas & Uji T

**UJI MULTIKOLINEARITAS**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.096	4.384		2.075	.044		
	Promotion (Promosi)	.413	.130	.435	3.180	.003	.897	1.115
	Price (Harga)	.185	.121	.211	1.522	.135	.876	1.141
	Services Quality (Kualitas Pelayanan)	-.121	.129	-.123	-.937	.354	.978	1.023
	Location (Lokasi)	-.213	.104	-.272	-2.047	.047	.953	1.049

a. Dependent Variable: Produk Pembiayaan Emas Syariah

**UJI HETEROSKEDASTISITAS**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.091	.850		-.107	.915
	Promotion (Promosi)	-.016	.026	-.098	-.638	.527
	Price (Harga)	.005	.024	.033	.210	.835
	Services Quality (Kualitas Pelayanan)	.020	.023	.126	.853	.398
	Location (Lokasi)	.016	.020	.120	.803	.426

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA**

Uji t (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.195	1.742		6.429	<.001
	Promotion (Promosi)	.434	.052	.694	8.289	<.001
	Price (Harga)	.189	.049	.328	3.859	<.001
	Services Quality (Kualitas Pelayanan)	-.259	.048	-.436	-5.426	<.001
	Location (Lokasi)	-.211	.042	-.410	-5.031	<.001

a. Dependent Variable: Produk Pembiayaan Emas Syariah

## 10. Uji F & Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

### Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.467	4	5.617	28.310	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	8.928	45	.198		
	Total	31.396	49			

a. Dependent Variable: Produk Pembiayaan Emas Syariah

b. Predictors: (Constant), Location (Lokasi), Services Quality (Kualitas Pelayanan, Promotion (Promosi), Price (Harga)

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 <sup>a</sup>	.716	.690	.44543

a. Predictors: (Constant), Location (Lokasi), Services Quality (Kualitas Pelayanan, Promotion (Promosi), Price (Harga)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## 11. Dokumentasi

### DOKUMENTASI

#### Dokumentasi bersama nasabah



#### Dokumentasi bersama kepala pimpinan pegadaian





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-1835 /Un.22/7.a/PP.00.9/10/2023  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Penelitian

18 Oktober 2023

Kepada Yth.  
Kepala PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi  
Jl. Mt Haryono No. 68, Kec. Banyuwangi

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Putri Arniyati  
NIM : 205105010008  
Semester : VII (Tujuh)  
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



Dekan  
Dekan Bidang Akademik,

Nunur Widyawati Islami Rahayu



4.

1 MARET 2024



PT. Pegadaian UPS Simpang  
Lima Banyuwangi,  
JL. Mt Haryono No.68,  
Banyuwangi, Jawa Timur

**SURAT KETERANGAN**

**Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Pimpinan PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini :

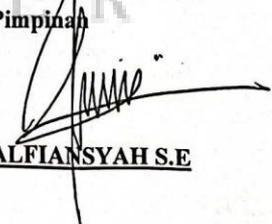
Nama : Putri Arniyati  
Nim : 205105010008  
Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melakukan penelitian di PT. Pegadaian UPS Simpang Lima Banyuwangi mulai 19 Oktober – 30 Maret 2023 sebagai bahan untuk pembuatan skripsi dengan judul “ **FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH PADA PT. PEGADAIAN UPS SIMPANG LIMA BANYUWANGI**”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Banyuwangi, 1 Maret 2024

Pimpinan

  
**ALFIANSYAH S.E**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama : Putri Arniyati  
NIM : 205105010008  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH  
Judul : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK  
PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH PADA PT  
PEGADAIAN UPS SIMPANG LIMA BANYUWANGI  
FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK  
PEMBIAYAAN GADAI EMAS SYARIAH PADA PT  
PEGADAIAN UPS SIMPANG LIMA BANYUWANGI

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 28 Maret 2024  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

*Herson F. C.*  
(.....)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Putri Arniyati  
NIM : 205105010008  
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 27 Maret 2024  
Koordinator Prodi Perbankan Syariah,

  
Ana Pratiwi, M.S.A

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



## **BIODATA PENULIS**



### **DATA PRIBADI**

Nama : Putri Arniyati

Tempat tanggal lahir : Banyuwangi, 19 Desember 2001

Alamat : Dusun Pegundangan RT 004/RW003, Karangharjo,  
Glenmore,  
Banyuwangi

NIM : 205105010008

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Email : [Putriarniyati19@gmail.com](mailto:Putriarniyati19@gmail.com)

### **RIWAYAT PENDIDIKAN**

2008 – 2014 : SDN 2 Karangharjo

2014 – 2017 : SMPN 3 Glenmore

2017 – 2020 : SMAN 1 Glenmore

2020 – 2024 : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember