

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI UNIT PENGADAIAN SYARIAH SUCI GRESIK

Achmad Fahim

### ABSTRAK

Keputusan nasabah merupakan salah satu elemen penting dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan suatu produk untuk memuaskan kebutuhannya. Setiap nasabah memiliki faktor yang beraneka ragam dibalik keputusan mereka untuk tetap menjadi nasabah produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci serta untuk mengetahui faktor yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Kata Kunci: Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, gadai emas syariah

### A. Pendahuluan

Pada saat ini kebutuhan terhadap uang tunai terkadang menjadi kebutuhan yang tidak terduga-duga. Dalam kegiatan sehari-hari uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar berbagai keperluan dan yang menjadi masalah terkadang kebutuhan yang ingin dibeli tidak dapat dicukupi dengan uang yang dimiliki. Oleh karena itu, Unit Pegadaian Syariah Suci hadir sebagai alternatif pendanaan yang sangat efektif sehingga tidak memberatkan bagi masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menyebabkan masalah yang baru setelah melakukan pinjaman di Unit Pegadaian Syariah Suci, sesuai dengan mottonya “*Mengatasi Masalah Tanpa Masalah*”.

Unit Pegadaian Syariah Suci terus berkomitmen mengembangkan produk-produk jasa keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat, salah satunya adalah produk gadai emas syariah (*rahn* emas). Produk gadai emas syariah (*rahn* emas) adalah fasilitas pembiayaan dengan agunan berupa emas sebagai alternatif memperoleh uang tunai atas dasar hukum gadai berprinsip syariah sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 283 :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً

“*Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang).*”(QS. Al-Baqarah : 283)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Al Qur'an dan Terjemahnya, 1974, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/ Penafsir Al Qur'an.

Produk gadai emas syariah (*rahn* emas) merupakan inovasi yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor. 26 DSN-MUI/III/2002 yang memperbolehkan gadai emas berdasarkan prinsip *Rahn*<sup>2</sup>.

Perilaku konsumen dalam pembelian suatu produk atau jasa merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti, hal ini dikarenakan setiap orang memiliki faktor yang beraneka ragam dibalik keputusan mereka dalam memilih sebuah produk atau jasa. Diantara faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini, faktor yang diduga sebagai faktor yang mendasari keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci adalah faktor pengetahuan nasabah, keterjangkauan biaya *ujrah*, prinsip amanah, lokasi dan kualitas pelayanan islami.

## B. Kajian Teori

### a. Gadai Emas Syariah

Gadai (*rahn*) secara bahasa berarti *Ats-Tsubut* dan *Al-Habs* yang artinya penetapan dan penahanan. Secara istilah, gadai (*rahn*) adalah menjadikan suatu benda bernilai menurut pandangan syara' sebagai tanggungan utang, dengan adanya benda yang menjadi tanggungan utang itu maka sebagian atau bahkan seluruh utang itu dapat dilunasi.<sup>4</sup>

Gadai emas syariah (*rahn* emas) adalah fasilitas pembiayaan dengan menjadikan emas sebagai barang yang digadaikan. Syarat dan ketentuan *rahn* emas sama dengan syarat dan ketentuan *rahn*.<sup>5</sup>

### b. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler (2005: 183), perilaku konsumen merupakan suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> <http://www.dsnmui.or.id/pembiayaan-yang-disertai-rahn.pdf>

<sup>3</sup> Philip Kotler dan G Amstrong, 2001, *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Jilid 1. edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga, hlm. 197.

<sup>4</sup> Dwi Suwiknyo, 2010, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Cetakan I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 240.

<sup>5</sup> Ahmad Ifham Sholihin, 2010, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*,. Cetakan I, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm, 687.

<sup>6</sup> Philip Kotler, 2005, *Manajemen Pemasaran* , Jakarta: Indeks, hlm. 183.

Perilaku konsumen mencerminkan totalitas keputusan konsumen dalam hal pembelian, konsumsi dan penghentian konsumsi barang atau jasa.

### c. Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2006: 252), keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Proses keputusan pembelian konsumen dibagi menjadi lima tahap. Berikut ini adalah lima model tahap proses keputusan pembelian konsumen :<sup>7</sup>



Sumber: Kotler dan Keller, 2006: 252

### d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 197), faktor-faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen terdiri dari Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.<sup>8</sup>

### e. Pengetahuan Nasabah

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen terkait dengan produk dan jasa dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Menurut Engel (2006: 97), pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu:<sup>9</sup> Pengetahuan produk (*product knowledge*), Pengetahuan pembelian (*purchase knowledge*), Pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*)

### f. Keterjangkauan Biaya Ujrah

*Ujrah* menurut bahasa berasal dari kata *Al-Ajru* yang mempunyai arti upah. sehingga pembahasan mengenai *ujrah* ini termasuk dalam pembahasan *ijarah* yang mana *ijarah* sendiri secara terminologi merupakan akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang tersebut. Dalam akad *ijarah* selalu disertai dengan kata imbalan atau upah yang mana disebut juga dengan *ujrah*.<sup>10</sup>

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2006, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jakarta: Erlangga, hlm. 252.

<sup>8</sup> Philip Kotler dan G Amstrong, 2001, *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Jilid 1. edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga, hlm. 197.

<sup>9</sup> Engel, F. James, Blackwell, D, Roger, Miniard, Paul, 2006, *Perilaku Konsumen*. Edisi 6, Jilid 1, Jakarta: Binarupa Aksara, hlm. 97.

<sup>10</sup> Abdul Rahman Ghazaly, 2010, *Fiqh Muamalah*. Edisi 1, Jakarta: Kencana, hlm. 277.

### g. Prinsip Amanah

Dalam transaksi gadai emas syariah, penerima gadai (*murtahin*) diberi amanah oleh penggadai (*rahin*) untuk menyimpan dan menjaga barang jaminan (emas) dengan sebaik-baiknya selama barang itu digadai, namun demikian jika barang yang diamanatkan itu rusak atau hilang, penerima gadai (*murtahin*) tidak berkewajiban untuk mengganti atau memperbaikinya, kecuali atas kelalaian penerima gadai (*murtahin*).<sup>11</sup>

### h. Kualitas Pelayanan Islami

Menurut Philip Kotler (2001: 83), kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam prakteknya, konsumen/nasabah memerlukan bantuan pelayanan seseorang (*customer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.<sup>12</sup>

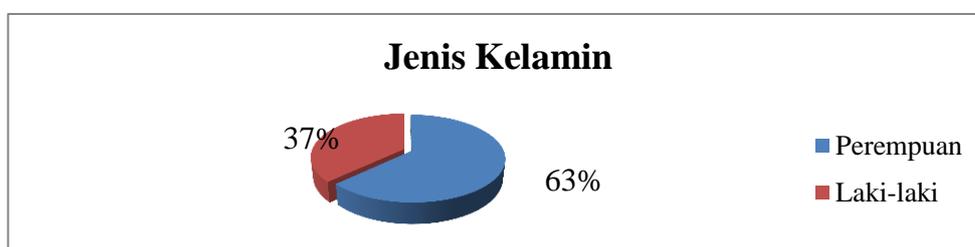
## C. Pembahasan

### a. Deskripsi Identitas Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden yang diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, serta frekuensi penggunaan jasa.

#### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin nasabah Unit Pegadaian Syariah Suci yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

**Gambar 1**  
**Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

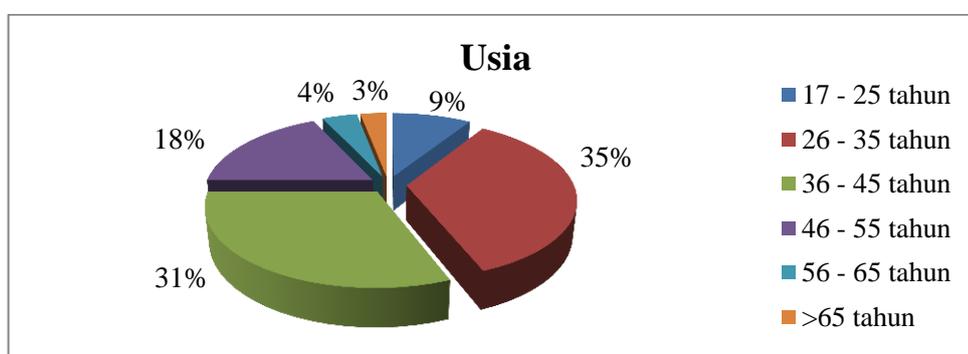
<sup>11</sup> Ahmad Ifham Sholihin, 2010, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Cetakan I, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, hlm, 681.

<sup>12</sup> Philip Kotler, 2001, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Jakarta: Erlangga, hlm. 83.

Dari hasil data deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh, dapat diketahui bahwa responden penelitian yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang (37%) dari total responden, sedangkan responden penelitian yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang (63%) dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci berjenis kelamin perempuan.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia nasabah Unit Pegadaian Syariah Suci yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

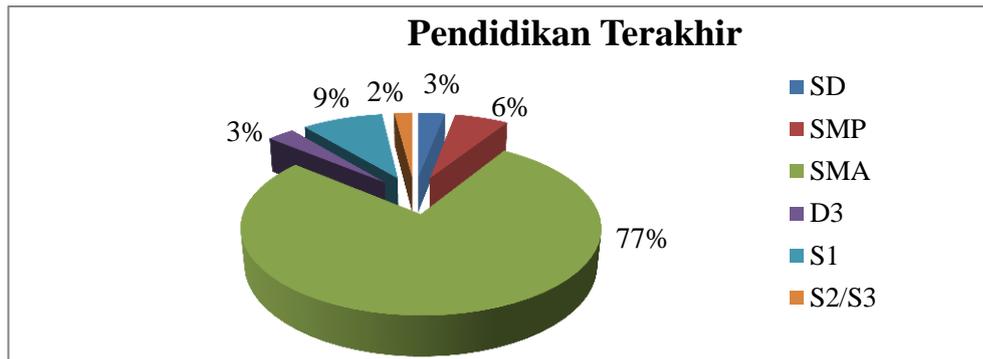
**Gambar 2**  
**Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Usia**

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 17 – 25 Tahun sebanyak 9 orang (9%) dari total responden, sedangkan responden yang berusia 26 – 35 Tahun sebanyak 35 orang (35%) dari total responden. Kemudian responden yang berusia 36 – 45 Tahun sebanyak 31 orang (31%) dari total responden. Selain itu responden yang berusia 46 – 55 Tahun sebanyak 18 orang (18%) dari total responden.

Responden yang berusia 56 – 65 Tahun sebanyak 4 orang (4%) dari total responden, sedangkan responden yang berusia >65 Tahun sebanyak 3 orang (3%) dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci berusia antara 26 – 35 Tahun.

## 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah Unit Pegadaian Syariah Suci yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

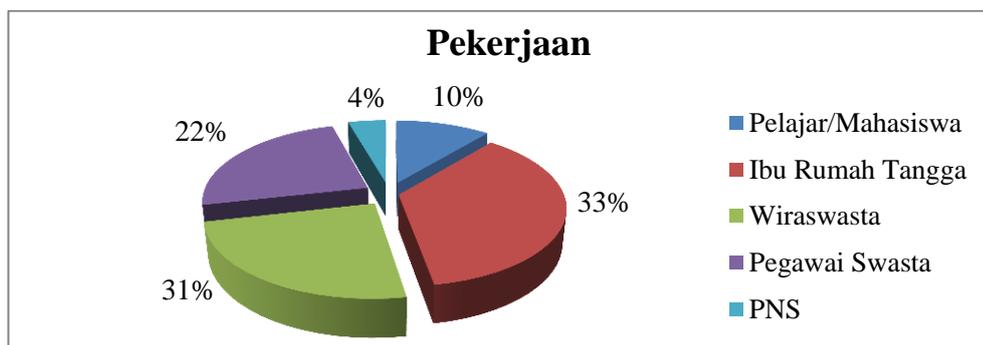
**Gambar 3**  
**Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Gambar 3 menjelaskan bahwa responden yang berpendidikan terakhir SD sebanyak 3 orang (3%) dari total responden. Selain itu responden yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 6 orang (6%) dari total responden, sedangkan responden yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 77 orang (77%) dari total responden. Kemudian responden yang berpendidikan terakhir D3 sebanyak 3 orang (3%) dari total responden.

Responden yang berpendidikan terakhir S1 sebanyak 9 orang (9%) dari total responden, sedangkan responden yang mempunyai pendidikan terakhir S2/S3 sebanyak 2 orang (2%) dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci berpendidikan terakhir SMA.

#### 4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

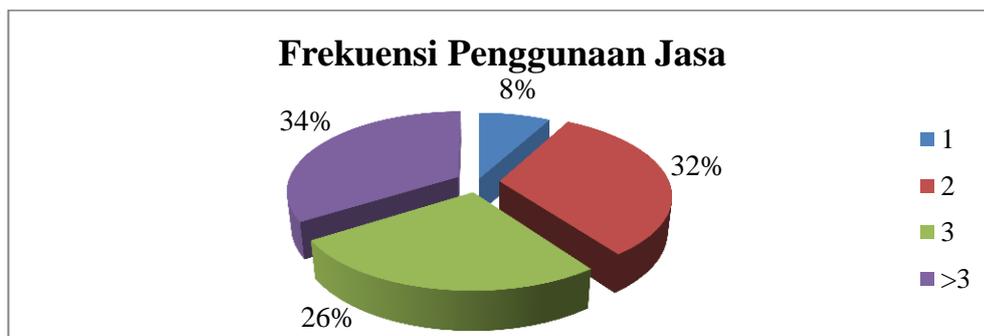
**Gambar 4**  
**Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Dari hasil data deskripsi responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh, dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 10 orang (10%) dari total responden. Kemudian responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 33 orang (33%) dari total responden. Selain itu responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 31 orang (31%) dari total responden.

Responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 22 orang (22%) dari total responden, sedangkan responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 4 orang (4%) dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci bekerja sebagai ibu rumah tangga.

#### 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa

Adapun data mengenai pekerjaan nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci yang menjadi responden adalah sebagai berikut:



Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

**Gambar 5**  
**Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa**

Berdasarkan Gambar 5 dapat diketahui bahwa responden yang melakukan transaksi gadai emas syariah 1 kali sebanyak 8 orang (8%) dari total responden. Kemudian responden yang melakukan transaksi gadai emas syariah 2 kali transaksi sebanyak 32 orang (32%) dari total responden.

Responden yang melakukan transaksi gadai emas syariah 3 kali transaksi sebanyak 26 orang (26%) dari total responden, sedangkan responden yang melakukan transaksi gadai emas syariah >3 kali sebanyak 34 orang (34%) dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar frekuensi penggunaan jasa nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci >3 kali.

#### b. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Untuk mengukur validitas dalam penelitian ini menggunakan Korelasi *Product Moment* pada program SPSS 22. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% dengan N = 100 diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,195, adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pengukuran kuesioner tersebut valid
- 2) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pengukuran kuesioner tersebut tidak valid.

Adapun hasil output perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan Nasabah (X <sub>1</sub> )	Item_1	0,774	0,195	Valid
	Item_2	0,806	0,195	Valid
	Item_3	0,672	0,195	Valid
	Item_4	0,783	0,195	Valid
Keterjangkauan Biaya Ujrah (X <sub>2</sub> )	Item_1	0,831	0,195	Valid
	Item_2	0,952	0,195	Valid
	Item_3	0,937	0,195	Valid
Prinsip Amanah (X <sub>3</sub> )	Item_1	0,850	0,195	Valid
	Item_2	0,950	0,195	Valid
	Item_3	0,934	0,195	Valid
Lokasi (X <sub>4</sub> )	Item_1	0,987	0,195	Valid
	Item_2	0,990	0,195	Valid
	Item_3	0,986	0,195	Valid
Kualitas Pelayanan Islami (X <sub>5</sub> )	Item_1	0,941	0,195	Valid
	Item_2	0,836	0,195	Valid
	Item_3	0,830	0,195	Valid
	Item_4	0,888	0,195	Valid
	Item_5	0,940	0,195	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa seluruh item skor pernyataan variabel memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% dengan jumlah responden 100 dan diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,195. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel dikatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini pengujian akan dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* pada program SPSS 22, adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai  $\alpha > 0,60$  maka instrument kuesioner tersebut reliabel
  - 2) Apabila nilai  $\alpha < 0,60$  maka instrument kuesioner tersebut tidak reliabel.
- Adapun hasil output perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Critical Value	Keterangan
Pengetahuan Nasabah	0,656	0,60	Reliabel
Keterjangkauan Biaya Ujrah	0,877	0,60	Reliabel
Prinsip Amanah	0,883	0,60	Reliabel
Lokasi	0,960	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan Islami	0,903	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa seluruh item skor pernyataan variabel memiliki nilai  $\alpha > 0,60$  dengan jumlah responden 100. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Perumusan Hipotesis

- 1)  $H_0$  = Pengetahuan nasabah tidak berpengaruh secara parsial  
 $H_a$  = Pengetahuan nasabah berpengaruh secara parsial
- 2)  $H_0$  = Keterjangkauan biaya *ujrah* tidak berpengaruh secara parsial  
 $H_a$  = Keterjangkauan biaya *ujrah* berpengaruh secara parsial
- 3)  $H_0$  = Prinsip amanah tidak berpengaruh secara parsial  
 $H_a$  = Prinsip amanah berpengaruh secara parsial
- 4)  $H_0$  = Lokasi tidak berpengaruh secara parsial  
 $H_a$  = Lokasi berpengaruh secara parsial
- 5)  $H_0$  = Kualitas pelayanan islami tidak berpengaruh secara parsial  
 $H_a$  = Kualitas pelayanan islami berpengaruh secara parsial
- 6)  $H_0$  = Pengetahuan nasabah, keterjangkauan biaya *ujrah*, prinsip amanah, lokasi, kualitas pelayanan islami secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap

keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Ha = Minimal ada satu variabel bebas yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan program SPSS 22 dan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5%. Adapun hasil output perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Pengetahuan Nasabah	.013	.011	.048	1.217	.227
Keterjangkauan Biaya Ujrah	.135	.050	.378	2.695	.008
Prinsip Amanah	-.152	.044	-.425	-3.430	.001
Lokasi	.029	.011	.084	2.697	.008
Kualitas Pelayanan Islami	.182	.012	.915	15.092	.000

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan Tabel 3, dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\widehat{KN} = 0,013 PN + 0,135 BU - 0,152 PA + 0,029 L + 0,182 KPI$$

Dalam analisis regresi, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat akan dilakukan uji simultan (uji F) dan uji parsial (uji t).

1) Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dengan pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai sig. < 0.05 dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa minimal ada satu variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

- b) Jika nilai sig. > 0.05 dan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	859791.482	5	171958.296	12980.381	.000 <sup>c</sup>
Residual	1258.518	95	12.786		
Total	861050.000	100			

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan tabel 4 tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh pengetahuan nasabah, keterjangkauan biaya *ujrah*, prinsip amanah, lokasi dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar  $12980,381 > 2,31$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa minimal ada satu variabel bebas yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Untuk mengetahui variabel bebas mana saja yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat maka dilakukan analisis lanjutan yakni uji Parsial (Uji t)

## 2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari pengetahuan nasabah, keterjangkauan biaya *ujrah*, prinsip amanah, lokasi dan kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah secara parsial. Dengan pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai sig. < 0.05 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika nilai sig. > 0.05 atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	t	Sig.
-------	---	------

Pengetahuan Nasabah	1.217	.227
Biaya Ujrah	2.695	.008
Prinsip Amanah	-3.430	.001
Lokasi	2.697	.008
Kualitas Pelayanan Islami	15.092	.000

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan tabel 5 tersebut dapat diketahui bahwa:

- (1) Nilai sig. variabel pengetahuan nasabah adalah sebesar  $0,227 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $1,217 < 1,985$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan nasabah secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.
- (2) Nilai sig. variabel keterjangkauan biaya *ujrah* adalah sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $2,695 > 1,985$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel keterjangkauan biaya *ujrah* secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.
- (3) Nilai sig. variabel prinsip amanah adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $-3,430 < 1,985$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel prinsip amanah secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.
- (4) Nilai sig. variabel lokasi adalah sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $2,697 > 1,985$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel lokasi secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.
- (5) Nilai sig. variabel kualitas pelayanan islami dalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar  $15,092 > 1,985$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan islami secara parsial mempunyai pengaruh signifikan

terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Untuk mendapatkan model Regresi terbaik, maka dilakukan eliminasi terhadap variabel bebas yang tidak signifikan. Hasil regresi ini ditampilkan pada tabel 6 sebagai berikut.

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model Terbaik**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Keterjangkauan Biaya Ujrah	.163	.045	.455	3.626	.000
Prinsip Amanah	-.154	.044	-.433	-3.493	.001
Lokasi	.027	.010	.079	2.536	.013
Kualitas Pelayanan Islami	.179	.012	.899	15.139	.000

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Berdasarkan tabel 6, model terbaik yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$\widehat{KN} = 0,163 BU - 0,154 PA + 0,027 L + 0,179 KPI$$

Interpretasi dari model tersebut adalah sebagai berikut:

- (a) Jika keterjangkauan dan kesesuaian biaya *ujrah* bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,163 atau 16,3 persen dengan asumsi variabel lain tetap.
  - (b) Jika penerapan prinsip amanah bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah akan berkurang sebesar 0,154 atau 15,4 persen dengan asumsi variabel lain tetap.
  - (c) Jika kestrategisan lokasi bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,027 atau 2,7 persen dengan asumsi variabel lain tetap.
  - (d) Jika kualitas pelayanan islami bertambah sebesar 1 poin, maka rata-rata keputusan nasabah akan bertambah sebesar 0,179 atau 17,9 persen dengan asumsi variabel lain tetap.
- 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menyatakan ukuran kebaikan suatu model. Semakin besar nilai R Square maka semakin baik suatu model, sehingga variabel

dependen semakin bisa dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dari model terbaik (persamaan 7) dijelaskan pada tabel 7 berikut.

**Tabel 7**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.999 <sup>a</sup>	.999	.998	3.649

Sumber: Data primer yang diolah, Juli 2019

Pada tabel 7, diperoleh nilai R Square sebesar 0,999 (99,9%). Hal ini berarti variabilitas keputusan nasabah yang dapat dijelaskan oleh keterjangkauan biaya *ujrah*, prinsip amanah, lokasi dan kualitas pelayanan islami adalah sebesar 99,9%, sedangkan sisanya 0,1% dijelaskan oleh variabel lain yang belum dimasukkan dalam model.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel pengetahuan nasabah sebesar  $0,227 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,217 < 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini membuktikan bahwa variabel pengetahuan nasabah secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Pada penelitian ini, variabel pengetahuan nasabah secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan sebagian besar nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci berpendidikan terakhir SMA, sehingga tidak ada perbandingan antara nasabah yang berpendidikan rendah dengan nasabah yang berpendidikan tinggi dalam menggunakan produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

2. Pengaruh keterjangkauan biaya *ujrah* terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel keterjangkauan biaya *ujrah* sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,695 > 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel keterjangkauan biaya *ujrah* secara

parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa biaya *ujrah* dapat menjadi pertimbangan tersendiri bagi nasabah dan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

### 3. Pengaruh prinsip amanah terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel prinsip amanah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-3,430 < 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel prinsip amanah secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Namun, tanda negatif pada koefisien prinsip amanah menjadikan interpretasi tersebut tidak wajar. Seharusnya semakin tinggi penerapan prinsip amanah, keyakinan nasabah untuk tetap menjadi nasabah gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci juga semakin tinggi.

Dalam rangka meningkatkan penerapan prinsip amanah antara kedua belah pihak, Unit Pegadaian Syariah harus fokus dan konsisten terhadap perjanjian yang telah disepakati bersama dan lebih tegas atas konsekuensi yang didapatkan jika terjadi pelanggaran terhadap perjanjian transaksi gadai emas syariah.

### 4. Pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel lokasi sebesar  $0,008 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,697 > 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel lokasi secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadian Syariah Suci. Dengan lokasi

kantor yang strategis, dekat dengan tempat tinggal warga serta terjangkau dengan transportasi umum akan mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi gadai emas syariah, sehingga hal tersebut dapat menarik sebagian besar masyarakat dan cukup kuat dalam mengubah pola keputusan masyarakat untuk melakukan transaksi gadai emas syariah di Unit Pegadain Syariah Suci.

5. Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa nilai sig. variabel kualitas pelayanan islami sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $15,092 > 1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan islami secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dengan pelayanan yang sopan, ramah dan mudah dalam melakukan transaksi dengan tidak meninggalkan nilai-nilai syariah akan menghasilkan keputusan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci.

6. Faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dilihat dari besarnya nilai koefisien  $\beta$  masing-masing variabel bebas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan islami merupakan faktor yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci dengan nilai koefisien  $\beta$  tertinggi yaitu sebesar 0,179.

## E. Kesimpulan

1. 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.
2. Faktor yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah di Unit Pegadaian Syariah Suci adalah faktor kualitas pelayanan islami.

## F. Daftar Pustaka

- Engel, F. James, Blackwell, D, Roger, Miniard, Paul, 2006, *Perilaku Konsumen*. Edisi 6, Jilid 1, Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam, 2006, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazaly, Abdul Rahman, 2010, *Fiqh Muamalah*. Edisi 1, Jakarta: Kencana.
- Hadiana, 2018, *Analisis Peraturan dan Mekanisme Produk Kredit pada Syariah*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha, 5(1):1-13.
- Hafiduddin, Didin dan Hendri Tanjung, 2003, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress.
- Januari, Yadi, 2015, *Lembaga Keuangan Syariah*. Cetakan I, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks Kelompok Media.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2006, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Philip dan G Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat, 2016, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi 3, Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, Habib dan Muh.Hasanudin, 2004, *Ensiklopedi Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, Kaki Langit.
- Othman, Abdul Qawi dan Lyn Owen, 2001, "Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking: A Case Study in Kuwait Finance House", *Internasional Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 3.
- Muslim, *Shohih Mislum*, Beirut: Dar Ihya At-Turats Al-'Araby, Juz IV.
- Sholihin, Ahmad Ifham, 2010, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Cetakan I, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011, *Statistika untuk penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta.
- Suwiknyo, Dwi, 2010, *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Cetakan I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.