

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
PADA PT PEGADAIAN SYARIAH UPS WATANG SAWITTO
KABUPATEN PINRANG**



OLEH :

**RESKY SYAPUTRA
NIM 2120203862201018**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
PADA PT PEGADAIAN SYARIAH UPS WATANG SAWITTO
KABUPATEN PINRANG**



OLEH :

**RESKY SYAPUTRA
NIM 2120203862201018**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Akuntansi (S.Tr.Ak) pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Resky Syaputra

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203862201018

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor: B-1219/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2024

Disetujui oleh:

Pembimbing : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, M.M. (.....)

NIP : 19911030 201903 1 006

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Pt. Pegadaian Syariah Ups Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang

Nama Mahasiswa : Resky Saputra

Nim : 2120203862201018

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Nomor : B-1219/In.39/FEBI.04/PP.00.9/04/2024

Tanggal Kelulusan : 24 November 2025

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M	(Ketua)	(.....)
Indrayani , S.E., M.Ak	(Anggota)	(.....)
Rismala, S.E., M.Ak	(Anggota)	(.....)

Mengetahui :

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 197102082001122002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah swt atas petunjuk, taufik, dan bantuan-Nya yang tak terhingga. Berkat karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis dengan penuh rasa syukur menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta serta seluruh anggota keluarga. Dukungan, nasihat, dan doa yang tulus dari mereka telah memberikan semangat dan berkah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akademik ini pada waktunya.

Penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, kerjasama, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah dengan sukarela mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran mereka. Atas segala bantuan dan dukungan tersebut, penulis dengan penuh rasa syukur menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag, selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana yang positif bagi mahasiswa
3. Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, M.M selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan masukan yang sangat berharga kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh Bapak dan Ibu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membagikan ilmu dan wawasan mereka

selama studi di IAIN Parepare, serta kepada semua staf dan karyawan yang telah memberikan arahan dan bantuan yang sangat berarti.

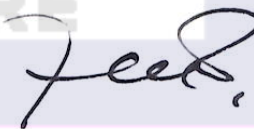
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua narasumber penelitian yang telah meluangkan waktu untuk diwawancarai, memberikan kontribusi yang sangat penting dalam penelitian ini.
6. Terakhir, penulis berterima kasih kepada keluarga dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan dan warna tersendiri selama masa studi di IAIN Parepare, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, sehingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt menerima segala usaha sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat serta pahala-Nya kepada kita semua.

Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 3 Juli 2025 M
7 Muharram 1447H

Penulis,



Resky Syaputra
NIM: 2120203862201018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Resky Syaputra
NIM : 2120203862201018
Tempat/Tgl. Lahir : parepare, 09 Desember 2003
Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 3 Juli 2025 M
7 Muharram 1447 H

Penulis,



Resky Syaputra
NIM: 2120203862201018

ABSTRAK

Resky Syaputra. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang* (Dibimbing Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin)

Pegadaian Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan yang berperan penting dalam menyediakan solusi pembiayaan berbasis prinsip syariah, khususnya melalui produk gadai emas yang banyak dimanfaatkan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dana yang bersifat mendesak. Keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis, faktor sosial, dan faktor ekonomi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang, dengan jumlah sampel sebanyak 90 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor psikologis tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,566 dan 0,573 dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (1,987). Dan faktor sosial juga menunjukkan bahwa tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan nasabah, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,035 dan 0,972. Sementara itu, faktor ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai signifikansi 0,249 dan nilai t hitung sebesar 1,159 yang lebih besar dari t tabel. Secara simultan, faktor psikologis, sosial, dan ekonomi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas, yang dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 863,603 lebih besar dari F tabel 2,71 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,968 menunjukkan bahwa 96,8% variasi keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Kata kunci: *Gadai Emas, Pegadaian Syariah, Keputusan Nasabah, Faktor Psikologis, Sosial, Ekonomi*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN TEORI.....	9
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	9
B. Tinjauan Teori.....	15
C. Kerangka Pikir.....	27
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Pendekatan dan jenis penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	31
D. Teknik Pengumpulan Data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel.....	35

F. Variabel Penelitian.....	37
G. Jenis dan Sumber Data.....	38
H. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
A. Dekripsi Hasil Penelitian.....	44
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	46
C. Pengujian Hipotesis.....	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
A. Simpulan.....	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
ANGKET PENELITIAN.....	77

DAFTAR TABEL

No	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Nasabah 5 Tahun Terakhir untuk Produk Gadai Emas	25
1.2	Biaya Penitipan Gadai Emas di Unit Pegadaian Syariah Watang Sawitto	26
3.1	Definisi Operasional Variabel	59
3.2	Skala Pengukuran Variabel	60
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	71
4.3	Karakteristiks Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis	78
4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial	79
4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Ekonomi	80
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah	80
4.8	Hasil Uji Reliabilitas	82
4.9	Hasil Uji Muktikolinearitas	83
4.10	Hasil Uji Parsial	85
4.11	Hasil Uji Simultan	86

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	60
4.1	Uji Normalitas	68
4.2	Uji Heteroksiditas	69



PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Transliterasi

a. Konsonan

Fenomena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dan sebagian dilambangkan dengan tandatan sebagian yang lain dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Dalam huruf bahasa Arab dengan translitasinya ke dalam bahasa Latin

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang diawal kata mengikuti voalnya tanpa mengikuti tanda apapun.

Jika terletak ditengah atau diakhir, ditulis dengan tanda (').

b. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasi sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
اَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

: كَيْفَ kaifa

: حَوْلَ haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf,

transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif atau	Ā	a dan garis di atas

	ya		
يَ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

d. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta murbatah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْقَادِسِيَّةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al- madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

e. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمَّ : *nu‘ima*

عَدُوُّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ع bertasydid diakhiri sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (اِ), maka ia transliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

f. *Kata Sandang*

Kata sandang dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan oleh garis mendatar (-), contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

الْفَلَسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

g. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof ('), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمِرْتُ : *Umirtu*

h. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang di transliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibukukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasikan secara utuh. Contoh:

Fī ṣilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

i. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ Hum fī rahmatillāh

j. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi ‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naşr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naşr Ḥamīd (bukan: Zaid, Naşr Ḥamīd Abū)

2. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al- sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
QS .../...4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دو	=	مكاندون
صهع	=	وسلمعليهسلى الله
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخره
خ	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : Editor (atau, eds [dari kata editors] jika lebih dari satu editor), karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

Et al : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Vol. : Volume, Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berskala seperti jurnal, makalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau lembaga perkreditan yang diselenggarakan oleh pemerintah yang kegiatan utamanya adalah menyalurkan pinjaman berdasarkan hukum hipotek. Pencairan pinjaman dilakukan dengan cepat, mudah dan aman, tanpa membebani pemberi pinjaman dan tanpa menimbulkan kesulitan baru bagi peminjam setelah meminjam di pegadaian. Hal ini sejalan dengan moto pegadaian yaitu “menyelesaikan masalah tanpa masalah”. Pegadaian juga hadir untuk mendukung kebijakan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional, termasuk memberikan kredit kepada masyarakat dengan jumlah barang bergerak yang dijamin. Sedangkan barang bergerak harus sesuai dengan nilai jumlah yang dipinjam oleh pegadaian.

Keunggulan PT Pegadaian adalah ketika masyarakat membutuhkan uang dengan cepat, masyarakat tidak harus menjual barang tetapi hanya dijadikan jaminan saat mengajukan kredit. Jika pencari pinjaman mampu membayar kembali pinjaman, barang yang semula digunakan sebagai jaminan dapat dipulihkan. Namun, harus memenuhi batas waktu yang ditetapkan oleh pegadaian.¹ Jika peminjam gagal membayar dalam jangka waktu, peminjam dapat meminta perpanjangan tetapi harus membayar bunga. Dalam hal debitur/peminjam tidak melunasi utangnya setelah jangka waktu pelunasan diperpanjang, pegadaian berhak menjual atau melelang gadai tersebut.

¹ Khoirunnazilah, et. al. eds. “Perkembangan Konsep Rahn Dalam Pegadaian” (Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah, Vol. 4 No. 1, 2022), h. 37.

Dalam sistem perekonomian modern, lembaga keuangan memiliki peran penting dalam menyediakan solusi pendanaan yang cepat, aman, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu lembaga keuangan non-bank yang memiliki peran signifikan di Indonesia adalah PT Pegadaian (Persero), termasuk unit-unit yang beroperasi secara syariah. Pegadaian Syariah hadir sebagai alternatif pembiayaan yang tidak hanya memberikan layanan peminjaman dengan jaminan barang, tetapi juga berupaya memenuhi prinsip-prinsip syariah yang bebas dari riba dan unsur gharar.²

Di tengah dinamika ekonomi yang terus berubah, kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang cepat, aman, dan sesuai prinsip keagamaan semakin meningkat. Hal ini mendorong tumbuhnya berbagai lembaga keuangan syariah yang menawarkan produk-produk berbasis nilai-nilai Islam. Salah satu lembaga yang menonjol dalam memberikan solusi pembiayaan berbasis syariah adalah PT Pegadaian Syariah, khususnya melalui produk gadai emas.

Produk gadai emas syariah merupakan pembiayaan berbasis akad rahn, di mana nasabah menjaminkan emas miliknya untuk memperoleh dana tunai. Produk ini dinilai unggul karena memiliki proses yang relatif cepat, persyaratan ringan, serta menjaga prinsip keadilan dan kepastian hukum. Selain itu, produk ini dinilai sesuai dengan kebutuhan masyarakat menengah ke bawah yang seringkali mengalami kebutuhan dana mendesak, baik untuk keperluan usaha, pendidikan, kesehatan, maupun konsumsi rumah tangga.³

Salah satu produk unggulan dari Pegadaian Syariah adalah produk gadai emas, yang memungkinkan nasabah mendapatkan dana tunai dengan

²Fandy Tjiptono. Strategi Pemasaran. (Yogyakarta: Andi, 2017), h. 223.

³Muhammad. 2020. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. (Depok : Rajawali Pers).

menjaminkan emas miliknya. Produk ini dikeputusani karena prosesnya yang cepat, persyaratan yang relatif mudah, serta adanya kepastian hukum dan keamanan barang jaminan. Namun, dalam praktiknya, tingkat penggunaan produk gadai emas tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan finansial semata, melainkan juga oleh berbagai faktor lain yang memengaruhi keputusan nasabah.

Secara nasional, pertumbuhan produk gadai emas syariah menunjukkan tren yang positif. Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia tahun 2024, sektor pembiayaan syariah menunjukkan pertumbuhan tahunan (*year-on-year*) sebesar 12,32%, di mana Pegadaian Syariah menjadi salah satu penyumbang pertumbuhan signifikan melalui produk rahn (gadai syariah), termasuk rahn emas⁴. Hingga akhir tahun 2024, jumlah pembiayaan rahn yang disalurkan oleh Pegadaian Syariah mencapai lebih dari Rp15 triliun, dengan nasabah aktif lebih dari 5 juta orang di seluruh Indonesia.

Khususnya di wilayah Sulawesi Selatan, dan lebih spesifik lagi di Kabupaten Pinrang, keputusan masyarakat terhadap produk-produk keuangan syariah juga menunjukkan perkembangan yang menggembirakan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Pinrang Tahun 2024, jumlah penduduk yang beragama Islam mencapai 97,9% dari total populasi, yang secara potensial menjadi pangsa pasar utama layanan keuangan berbasis syariah. Hal ini sejalan dengan tren nasional di mana masyarakat muslim semakin selektif dalam memilih produk keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama⁵.

⁴Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn.

⁵Otoritas Jasa Keuangan, *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)* (Jakarta: OJK, 2025).

Meski demikian, keputusan nasabah terhadap produk gadai emas syariah di tingkat lokal, seperti di PT Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah (UPS) Watang Sawitto, belum sepenuhnya optimal. Terdapat indikasi bahwa tingkat partisipasi nasabah masih fluktuatif, dan dalam beberapa periode bahkan cenderung stagnan. Hal ini dapat dilihat dari data berikut :

Tabel 1.1 : Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Watang Sawitto

Tahun	Jumlah Nasabah
2024	2.560
2023	2.296
2022	2.662
2021	2.512
2020	2.210
2019	2.390

Sumber: PT. Pegadaian Syariah Watang Sawitto

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Watang Sawitto mengalami kluktuatinsi dari tahun ke tahunnya sampai pada tahun 2024 menjadi 2560.

Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk keuangan, termasuk produk gadai emas syariah, merupakan hasil dari proses pertimbangan yang kompleks terhadap manfaat, risiko, dan kesesuaian layanan dengan kebutuhan serta nilai-nilai pribadi yang dianut. Menurut Schiffman dan Kanuk, keputusan konsumen adalah proses pemilihan satu dari berbagai alternatif tindakan yang tersedia berdasarkan faktor internal maupun eksternal yang

memengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha keuangan.⁶

Dalam konteks Pegadaian Syariah, keputusan nasabah untuk memilih produk gadai emas tidak hanya didorong oleh faktor kebutuhan dana cepat, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan psikologis, sosial, dan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini memilih tiga faktor utama, yaitu faktor psikologis, sosial, dan ekonomi, sebagai variabel independen yang diasumsikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

Pemilihan ketiga faktor tersebut didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa perilaku pembelian dipengaruhi oleh kondisi internal individu (psikologis), lingkungan sosial sekitar (sosial), serta kapasitas dan kondisi finansial individu (ekonomi).⁷ Faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, serta kepercayaan nasabah terhadap keamanan dan kenyamanan layanan Pegadaian Syariah. Faktor sosial mencakup pengaruh keluarga, teman, dan norma masyarakat dalam mendukung atau mendorong pengambilan keputusan. Sementara faktor ekonomi mencakup pendapatan, pengeluaran, dan pertimbangan biaya-biaya yang relevan, seperti margin, biaya administrasi, serta nilai taksiran barang yang digadaikan.

Dengan mempertimbangkan ketiga aspek tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap dinamika perilaku nasabah dalam memilih produk gadai emas syariah, sekaligus

⁶Leon Schiffman G.. dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, 10th ed., (Prentice Hall, 2010), h. 109.

⁷Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 17th ed., (Pearson Education, 2018), h. 174.

memberikan masukan strategis bagi pengembangan layanan Pegadaian Syariah di Watang Sawitto.

Hal ini menunjukkan bahwa ada variabel-variabel tertentu yang secara signifikan memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan produk gadai emas, baik dari sisi internal maupun eksternal. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Melen Strendisa Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk terhadap produk PT Pegadaian adalah faktor psikologi, faktor sosial dan faktor ekonomi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *"Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang."*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang?
3. Apakah faktor ekonomi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang?

4. Apakah faktor psikologis, sosial, dan ekonomi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian, tentunya memiliki tujuan yang jelas, sehingga nantinya dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan yang bersangkutan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.
2. Untuk menganalisis pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.
3. Untuk menganalisis pengaruh faktor ekonomi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.
4. Untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam kegunaan dalam penelitian ini adalah

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang akuntansi manajemen pemasaran syariah dan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk keuangan syariah, khususnya gadai emas, dengan menggunakan perspektif psikologi, sosial, dan ekonomi.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan strategis bagi manajemen PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang dalam meningkatkan keputusan dan jumlah nasabah melalui pendekatan yang lebih tepat sasaran. Pemahaman terhadap faktor psikologis, sosial, dan ekonomi yang memengaruhi nasabah akan membantu lembaga dalam merancang strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat lokal.

BAB II

TINJAUAN TEORI

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lailah Magfirah dan Ridwan Nurdin dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh).” Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk rahn pada pegadaian syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk rahn pada pegadaian syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling dan diperoleh sampel penelitian 100 responden. Untuk metode analisis data, menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi secara simultan mempengaruhi keputusan. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk rahn pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh.⁸ Persamaan penelitian ini

⁸Lailah Magfirah dan Ridwan Nurdin, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor

dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama membahas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk rahn atau gadai emas di lembaga Pegadaian Syariah, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif serta teknik analisis regresi. Keduanya juga bertujuan mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap keputusan nasabah sebagai variabel terikat. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus variabel yang digunakan; penelitian Lailah menggunakan promosi, prosedur pencairan, alasan syariah, dan lokasi sebagai variabel independen, sementara penulis menggunakan pendekatan teori perilaku konsumen yang terbagi atas faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Selain itu, perbedaan juga terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian ini dilakukan di Kota Banda Aceh, sementara penelitian penulis berlokasi di Kabupaten Pinrang.

2. Penelitian yang dilakukan oleh, Melen Sterendisa judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Dalam era ekonomi yang semakin berkembang dan tuntutan kebutuhan masyarakat yang beragam, produk gadai syariah seperti Rahn menjadi alternatif yang menarik bagi masyarakat untuk memperoleh dana dengan prinsip syariah. Untuk itu, penting diketahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk ini agar

dapat membantu pengembangan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan survei terhadap 150 responden nasabah PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. Pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling agar memperoleh data yang relevan dan representatif. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen seperti kepercayaan, kenyamanan, harga, kemudahan prosedur, dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah.⁹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sama-sama menggunakan teori yang mendasari keputusan nasabah terhadap produk gadai syariah (rahn) dengan pendekatan faktor psikologis, sosial, dan ekonomi, serta menggunakan metode kuantitatif dan teknik analisis regresi. Penelitian Melen juga dilakukan pada nasabah Pegadaian Syariah, yang menjadikan fokus konteks lembaga dan produk sama dengan penelitian penulis selain itu penulis mengambil acuan faktor-faktor yang ditemukan oleh Melen yaitu berdasarkan teori perilaku konsumen, yaitu faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian juga berbeda, di mana penelitian Melen dilakukan di Palembang, sementara penulis akan meneliti di Kabupaten Pinrang.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Amanda Veronica dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Rahn

⁹Melen Sterendisa, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No. 1, 2022, h. 45–58.

Pada Pegadaian Syariah. Pertumbuh kembangan produk-produk berbau syariah yang kian ramai di Indonesia berpengaruh pula dengan perkembangan bisnis PT Pegadaian (Persero). Oleh karena itu PT Pegadaian (Persero) pula mengeluarkan produk baru yang berbau syariah dengan nama Pegadaian Syariah. Landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah adalah PP Nomor 103 Tanggal 10 November 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn. Untuk itu penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh promosi, harga dan prosedur pencairan pinjaman terhadap keputusan nasabah menggunakan produk rahn pada pegadaian syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama yang berasal dari kuesioner. Berdasarkan analisis dan pengolahan data diatas maka hasil yang didapatkan diantaranya variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah, variabel harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan variabel prosedur pencairan pinjaman juga berpengaruh terhadap keputusan nasabah¹⁰. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang keputusan nasabah terhadap produk rahn di Pegadaian Syariah, dengan pendekatan kuantitatif serta menggunakan data primer dari hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah. Keduanya juga menggunakan metode analisis regresi untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan perbedaannya adalah pada pemilihan variabel; Amanda menggunakan

¹⁰Amanda Veronica, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 7 No. 2, 2021, h. 65–75.

promosi, harga, dan prosedur pencairan pinjaman sebagai variabel independen, sedangkan penulis menggunakan pendekatan teori perilaku konsumen dengan membagi faktor menjadi psikologis, sosial, dan ekonomi. Selain itu, lokasi penelitian dan latar konteks sosial-ekonomi responden juga menjadi pembeda antara kedua penelitian ini.

4. Penelitian oleh Dalmiar Dayanti Tahun 2023 dengan judul Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan gadai emas pasca Covid-19 (studi kasus di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak). Penelitian ini membahas tentang Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19 (Studi kasus di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak). Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19 di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19 di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai Keputusan, Gadai (Rahn), dan Emas. Keputusan Berdasarkan Etimologis berasal dari bahasa Inggris yaitu Interest yang berarti kesukaan, perhatian (kecenderungan terhadap sesuatu), keinginan. Gadai (Rahn) berasal dari bahasa Arab “rahana-yarhanu-rahnan” yang berarti menetapkan sesuatu , ar- rahn secara bahasa adalah tetap, kekal dan menahan suatu barang sebagai pengikat utang. Emas menurut para ahli, istilah emas (gold) berasal dari

bahasa sansekerta jvalita yang diambil dari kata jval yang berarti “bersinar”. Emas merupakan unsur kimia dengan nomor atom 79. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah data primer yang pengumpulan datanya dengan wawancara. sumber data lainnya adalah sekunder yaitu seperti dari buku, jurnal, Subjek dalam penelitian ini adalah 93 orang sebagai informan yang di wawancara dengan kriteria yang sudah di tetapkan, serta hasil data-data yang diperoleh akan di olah secara deskriptif.¹¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis terletak pada objek yang dikaji, yaitu keputusan nasabah terhadap produk gadai emas di Pegadaian Syariah. Keduanya juga menekankan pentingnya pemahaman tentang faktor-faktor internal yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan gadai berbasis syariah. Sedangkan perbedaannya sangat mencolok pada pendekatan yang digunakan; penelitian Dalmiar menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan wawancara mendalam, sementara penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan analisis statistik regresi. Selain itu, fokus Dalmiar pada konteks pasca-Covid-19 menjadikan latar fenomena dan waktu penelitian berbeda dari penelitian penulis.

¹¹Dalmiar Dayanti, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19 (Studi Kasus di PT. Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak),” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 5 No. 1, 2023, h. 91–102.

B. Tinjauan Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Kotler dan Armstrong “*Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers individuals and households that buy goods and services for personal consumption*,”¹² pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa, Keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai dari sebuah produk.¹³

Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.¹⁴

Pengertian keputusan pembelian merupakan hasil dari berbagai pilihan untuk menemukan solusi dan menilai pilihan-pilihan yang ada secara sistematis dan obyektif disertai dengan melihat keuntungan dan kerugiannya.¹⁵

¹²Philip Kotler dan Kevin Keller “Prinsip-prinsip Pemasaran” Pierson Education Inc, Priston Hall 2012.

¹³Philip Kotler dan Kevin Keller “Marketing Management Edisi 14” Pierson Education Inc, Priston Hall 2012.

¹⁴Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 212

¹⁵Helga Drummond, “The Darker Side of Innovation,” dalam Journal of Information Technology”, Volume 18, Number 2, 2011..

Dalam konsep jual-beli posisi bank adalah sebagai penjual dan sebaliknya posisi nasabah adalah sebagai konsumen (pembeli).¹⁶ Keputusan merupakan salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang – barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor–faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.

Keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Setiap keputusan untuk membeli tersebut mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh komponen, yang meliputi:

1) Keputusan tentang jenis produk

Dalam hal ini konsumen dapat mengambil keputusan tentang produk apa yang akan dibelinya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan.

2) Keputusan tentang bentuk produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu produk dengan bentuk tertentu sesuai dengan seleranya.

3) Keputusan tentang merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli karena setiap merek mempunyai perbedaan-perbedaan tersendiri.

4) Keputusan tentang penjualnya

Konsumen dapat mengambil keputusan dimana produk yang dibutuhkan tersebut akan dibeli.

5) Keputusan tentang jumlah produk

¹⁶Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (DPBS-OJK), Buku Standar Produk Perbankan Syariah Murabahah, 2016, Bab I Butir 1.5.

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli.

6) Keputusan tentang waktu pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang kapan dia harus melakukan pembelian.

7) Keputusan tentang cara pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode atau cara pembelian produk yang akan dibeli, apakah secara tunai atau kredit. Keputusan tersebut akan mempengaruhi keputusan tentang penjualan dan jumlah pembeliannya.¹⁷

Terdapat lima peran dalam keputusan pembelian, yaitu:

- 1) Initiator (orang yang mengusulkan gagasan untuk membeli).
- 2) Influencer (orang yang pandangan atau sarannya mempengaruhi keputusan).
- 3) Decision maker (orang yang mengambil keputusan).
- 4) Buyer (orang yang melakukan pembelian aktual).
- 5) User atau pengguna (orang yang mengonsumsi atau menggunakan produk atau jasa tertentu)

Keputusan nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut, yaitu :

1. Keputusan transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Keputusan refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

¹⁷Philip Kotler, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid I. (Jakarta: PT. Salemba Empat, 1997), h. 196. Philip Kotler, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid I. (Jakarta: PT. Salemba Empat, 1997), h. 196..

3. Keputusan preferensial, yaitu keputusan yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
 4. Keputusan eksploratif, keputusan ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang dikeputusannya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.¹⁸
2. Pegadaian Syariah
- a. Pengertian Pegadaian Syariah

Pegadaian adalah salah satu bentuk lembaga keuangan bukan bank yang diperlakukan bagi masyarakat luas berpenghasilan menengah kebawah yang membutuhkan dana dalam waktu segera. Istila pegadaian dalam fikih islam disebut dengan *al-rahn* secara etimologis *ar-rahn* berarti *tsubut* (tetap) dan *dawam* (kekal, terus-menerus). *Ar-rahm* adalah menjadikan harta benda sebagai jaminan utang agar utangnya itu dilunasi (dikembalikan) atau dibayarkan harganya jika tidak dapat mengembalikannya. Salah satu bentuk jasa pelayanan keuangan yang menjadi kebutuhan masyarakat adalah pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang.¹⁹

Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan sistem gadai (*rahn*) yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam. Dalam praktiknya, Pegadaian Syariah menjadi alternatif bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat tanpa harus melibatkan sistem bunga yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dasar hukum

¹⁸Purwanda dan Muttaqien. "Model Pengembangan SDM Industri Perbankan Syariah di Indonesia." dalam Forum Riset Perbankan Syariah, Vol. V, 2012, h. 8

¹⁹Dr.Mardani edisi 2020;173 "Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2", Salemba Empat, Jakarta.

operasional Pegadaian Syariah merujuk pada Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, yang menyatakan bahwa rahn adalah menahan suatu barang sebagai jaminan atas utang yang dapat digunakan sebagai pengganti bila utangnya tidak dilunasi.

Menurut Khoirunnazilah et al., Pegadaian Syariah adalah bentuk layanan keuangan yang bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap pembiayaan yang cepat dan mudah, namun tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.²⁰ Barang yang dijadikan jaminan dalam transaksi ini harus memiliki nilai ekonomis, bersifat tetap (tidak habis digunakan), dan dapat dikuasai secara hukum. Pegadaian Syariah mendapatkan keuntungan bukan dari bunga, melainkan dari ujah (biaya pemeliharaan barang jaminan) yang dibayarkan oleh nasabah.

Dibandingkan dengan Pegadaian konvensional, Pegadaian Syariah tidak memungut bunga atau riba dalam bentuk apa pun. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Muslim yang ingin memperoleh pembiayaan darurat tanpa melanggar prinsip keuangan syariah. Pegadaian Syariah juga memiliki peran dalam mendorong inklusi keuangan berbasis syariah di Indonesia, khususnya dalam sektor mikro dan kecil.

b. Produk Pegadaian Syariah

Salah satu produk unggulan Pegadaian Syariah yang banyak dikeputusani oleh masyarakat adalah produk gadai emas atau rahn emas. Produk ini merupakan layanan pembiayaan jangka pendek dengan prinsip syariah, di mana emas milik nasabah dijadikan jaminan atas pinjaman dana tunai. Akad

²⁰Khoirunnazilah, et al. eds., "Perkembangan Konsep Rahn Dalam Pegadaian," Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah, Vol. 4 No. 1 (2022), h. 37..

yang digunakan dalam produk ini adalah rahn (gadai), yaitu menahan barang berharga sebagai jaminan utang yang dapat diambil kembali setelah kewajiban dilunasi.

Menurut Khoirunnazilah et al., rahn emas menjadi salah satu pilihan utama nasabah karena memiliki keunggulan dari sisi kecepatan, kemudahan prosedur, dan tidak dikenakan bunga, melainkan ujarah sebagai biaya pemeliharaan barang jaminan.²¹ Emas dinilai sebagai barang jaminan yang ideal karena memiliki nilai tinggi, stabil, dan mudah dicairkan jika diperlukan.

Dalam pelaksanaannya, nasabah menyerahkan emas batangan atau perhiasan kepada pihak Pegadaian Syariah, yang kemudian dinilai oleh petugas untuk menentukan jumlah pinjaman yang dapat diberikan. Jumlah pinjaman biasanya berkisar antara 85% hingga 92% dari nilai taksiran emas. Nasabah kemudian membayar ujarah sesuai jangka waktu tertentu dan berhak menebus kembali emas yang digadaikan setelah melunasi pinjaman.

Produk rahn emas sangat membantu masyarakat dalam menghadapi kebutuhan mendesak seperti biaya pendidikan, kesehatan, atau kebutuhan modal usaha kecil. Selain itu, produk ini dinilai lebih aman dan sesuai bagi masyarakat Muslim karena tidak mengandung unsur riba dan dilaksanakan berdasarkan prinsip transparansi, keadilan, dan saling menguntungkan (ta'awun).

Pegadaian Syariah juga telah memperkuat layanan rahn emas melalui digitalisasi dan integrasi sistem layanan cepat, serta edukasi nasabah mengenai akad dan manfaatnya, sehingga meningkatkan keputusan dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan produk ini.

²¹Khoirunnazilah, et al. eds., "Perkembangan Konsep Rahn Dalam Pegadaian," Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah, Vol. 4 No. 1 (2022), h. 37..

c. Mekanisme Produk Gadai Emas Syariah

Mekanisme operasional gadai emas syariah mengikuti prinsip-prinsip syariah yang telah ditetapkan. Menurut Fatmawati, prosedur gadai emas syariah dimulai dari nasabah yang membutuhkan dana tunai mendatangi kantor pegadaian syariah dengan membawa emas sebagai barang jaminan. Selanjutnya, petugas akan melakukan penaksiran terhadap emas tersebut untuk menentukan nilai jaminan²².

Setelah nilai taksiran ditentukan, nasabah dapat memperoleh pembiayaan maksimal 90% dari nilai taksiran emas. Jangka waktu pembiayaan bervariasi mulai dari 4 bulan hingga 2 tahun dengan sistem pembayaran yang fleksibel. Nasabah dapat melakukan pembayaran secara angsuran atau sekaligus pada saat jatuh tempo.

Nurhasanah menjelaskan bahwa selama masa pembiayaan, nasabah dikenakan biaya pemeliharaan dan penyimpanan (ujroh) yang dihitung berdasarkan persentase tertentu dari nilai pinjaman per periode tertentu. Biaya ini merupakan kompensasi atas jasa penitipan, penjagaan, dan pemeliharaan barang jaminan yang diberikan oleh lembaga gadai syariah.²³

d. Jenis-jenis Produk Gadai Emas Syariah

Lembaga gadai syariah menawarkan berbagai jenis produk gadai emas untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang beragam. Menurut Kusumawati, jenis-jenis produk gadai emas syariah antara lain:

²²Nurhasanah, N., "Implementasi Prinsip Syariah dalam Operasional Gadai Emas," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2 (2018), hlm. 67.

²³Nurhasanah, N., "Implementasi Prinsip Syariah dalam Operasional Gadai Emas," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2 (2018), hlm. 67.

- 1) Rahn Reguler, yaitu produk gadai emas dengan sistem pembayaran biaya pemeliharaan dilakukan pada saat pelunasan. Produk ini cocok untuk nasabah yang membutuhkan kemudahan dalam pembayaran dan tidak ingin dibebani dengan cicilan bulanan.
- 2) Rahn Tasjily, yaitu produk gadai emas dimana barang jaminan (emas) disimpan dan dipelihara oleh nasabah sendiri (tidak diserahkan fisiknya kepada lembaga gadai). Produk ini memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk tetap menyimpan dan menggunakan emasnya sambil memperoleh pembiayaan.
- 3) Arrum (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro), yaitu produk gadai emas yang diperuntukkan khusus untuk modal usaha mikro dan kecil. Produk ini memiliki fasilitas pembiayaan yang lebih besar dan jangka waktu yang lebih panjang dibandingkan dengan rahn reguler.²⁴

3. Teori Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang dilakukan individu dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Menurut perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.²⁵

Sunyoto mendefinisikan perilaku konsumen sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan

²⁴Anshori, A. G., "Gadai Syariah di Indonesia: Konsep, Implementasi, dan Institusionalisasi," *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 2 (2016), hlm. 87.

²⁵Anshori, A. G., "Gadai Syariah di Indonesia: Konsep, Implementasi, dan Institusionalisasi," *Jurnal Hukum Islam*, Vol. 14, No. 2 (2016), hlm. 87.

barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi penting karena dapat membantu pemasar dalam merancang strategi yang tepat untuk mempengaruhi keputusan konsumen.²⁶

Sangadji dan Sopiah menjelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Faktor-faktor ini dapat dikategorikan menjadi faktor internal yang berasal dari dalam diri konsumen dan faktor eksternal yang berasal dari lingkungan sekitar konsumen.²⁷

Berdasarkan teori perilaku konsumen menurut Engel, Blackwell, dan Miniard, perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan membuang produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Dalam konteks ini, perilaku nasabah dalam memilih layanan produk gadai emas tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi semata, melainkan juga oleh faktor psikologis dan sosial yang membentuk preferensi dan keputusan mereka terhadap produk tersebut. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi lembaga keuangan syariah seperti Pegadaian Syariah agar dapat merancang strategi pelayanan dan pemasaran yang lebih efektif serta sesuai dengan karakteristik target nasabah.²⁸

4. Faktor Psikologi

Menurut Kotler dan Keller (2016), faktor psikologis mencakup hal-hal internal yang memengaruhi bagaimana seseorang memilih dan merespons suatu produk,

²⁶Hidayat, M., "Konsep dan Aplikasi Akad Rahn dalam Lembaga Keuangan Syariah," *Jurnal Muamalah*, Vol. 8, No. 2 (2019), h. 123.

²⁷Sangadji dan Sopiah (2020). Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 6 Nomor 2, h. 239

²⁸Rijal, S., "Karakteristik dan Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 11, No. 1 (2020), h. 60.

seperti persepsi, motivasi, pembelajaran, dan keyakinan atau sikap.¹ Dalam konteks layanan keuangan syariah, psikologi nasabah berkaitan erat dengan keyakinan terhadap prinsip syariah, perasaan aman, dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.²⁹

Faktor psikologis berkaitan dengan aspek-aspek internal dalam diri konsumen yang memengaruhi bagaimana mereka berpikir, merasakan, dan bertindak dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam hal ini, keputusan nasabah terhadap produk gadai emas sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemudahan layanan, motivasi akan kebutuhan dana mendesak, dan keyakinan terhadap prinsip syariah yang dijalankan oleh lembaga Pegadaian.³⁰ Kepercayaan konsumen terhadap produk berbasis syariah menjadi salah satu pendorong utama, karena mereka merasa lebih tenang secara batiniah saat menggunakan produk yang dinilai sesuai dengan nilai-nilai agama. Selain itu, pengalaman sebelumnya serta pembelajaran dari interaksi dengan lembaga juga membentuk sikap positif atau negatif terhadap produk gadai syariah. Ketika konsumen merasa bahwa produk ini aman, transparan, dan memberikan manfaat nyata, maka kecenderungan untuk berkeputusan dan menggunakan layanan tersebut akan semakin besar.

Indikator faktor psikologis dalam penelitian ini meliputi:

- a. Kepercayaan terhadap lembaga Pegadaian Syariah
- b. Keyakinan terhadap prinsip akad syariah (rahn)
- c. Persepsi manfaat produk gadai emas

²⁹Rijal, S., "Karakteristik dan Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 11, No. 1 (2020), h. 60.

³⁰Rijal, S., "Karakteristik dan Perbedaan Gadai Syariah dengan Gadai Konvensional," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 11, No. 1 (2020), h. 65.

- d. Motivasi menggunakan layanan yang sesuai dengan nilai religius

5. Faktor Sosial

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), faktor sosial mencakup pengaruh dari lingkungan sosial nasabah seperti keluarga, kelompok referensi, dan status sosial.³¹ Konsumen sering kali membuat keputusan berdasarkan norma sosial atau rekomendasi dari lingkungan terdekat, termasuk penggunaan layanan keuangan seperti gadai emas.³¹

Faktor sosial mencakup pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan konsumen. Dalam memilih produk gadai emas, nasabah sering kali dipengaruhi oleh keluarga, teman, atau kelompok sosial tempat mereka berinteraksi. Misalnya, seseorang bisa tertarik menggunakan layanan Pegadaian Syariah karena rekomendasi dari kerabat yang telah lebih dahulu merasakan manfaatnya. Kelompok referensi ini membentuk opini dan norma sosial yang dapat memengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan ekonomi.³² Selain itu, status sosial dan peran dalam masyarakat juga memiliki dampak tersendiri; individu yang merasa bahwa produk gadai syariah sesuai dengan citra dan nilai kelompoknya akan cenderung lebih terbuka untuk menggunakannya. Oleh karena itu, strategi sosialisasi dan edukasi komunitas menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan nasabah.

Indikator faktor sosial meliputi:

- a. Pengaruh keluarga atau pasangan dalam memilih produk gadai emas

³¹ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, 10th Ed. (Pearson Prentice Hall, 2008), h. 412

³² Melen Sterendisa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No. 1, 2022, h. 45–58.

- b. Rekomendasi teman, tetangga, atau komunitas
- c. Status sosial yang berkaitan dengan persepsi terhadap produk syariah
- d. Lingkungan masyarakat yang mendukung transaksi berbasis syariah

6. Faktor Ekonomi

Menurut Solomon, faktor ekonomi mengacu pada kondisi keuangan konsumen, seperti pendapatan, harga produk, dan persepsi biaya-manfaat.³³ Dalam konteks ini, nasabah akan mempertimbangkan biaya administrasi, margin/ujrah, serta kemudahan pencairan dana saat memilih produk gadai.³³

Faktor ekonomi merupakan salah satu pendorong utama dalam pengambilan keputusan konsumen, terutama dalam konteks produk keuangan seperti gadai emas. Keputusan untuk menggunakan layanan ini sangat berkaitan dengan tingkat pendapatan, kebutuhan likuiditas, dan kemampuan konsumen untuk membayar biaya layanan. Konsumen dari kalangan menengah ke bawah cenderung melihat produk gadai emas sebagai solusi cepat dan aman dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka pendek. Mereka mempertimbangkan tingkat margin (keuntungan), biaya administrasi, serta kemudahan prosedur pencairan yang ditawarkan. Selain itu, kondisi ekonomi secara makro seperti inflasi, ketidakstabilan pendapatan, dan kebutuhan mendesak dalam rumah tangga juga menjadi faktor pendorong meningkatnya keputusan terhadap produk ini.³⁴ Pegadaian Syariah yang mampu menawarkan biaya terjangkau dan prosedur yang mudah akan lebih dikeputusani dibanding lembaga lain yang dianggap lebih rumit dan mahal.

³³Melen Sterendisa, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang," *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No. 1, 2022, h. 45–58.

³⁴Michael R. Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 12th Ed. (Pearson, 2017), h. 96.

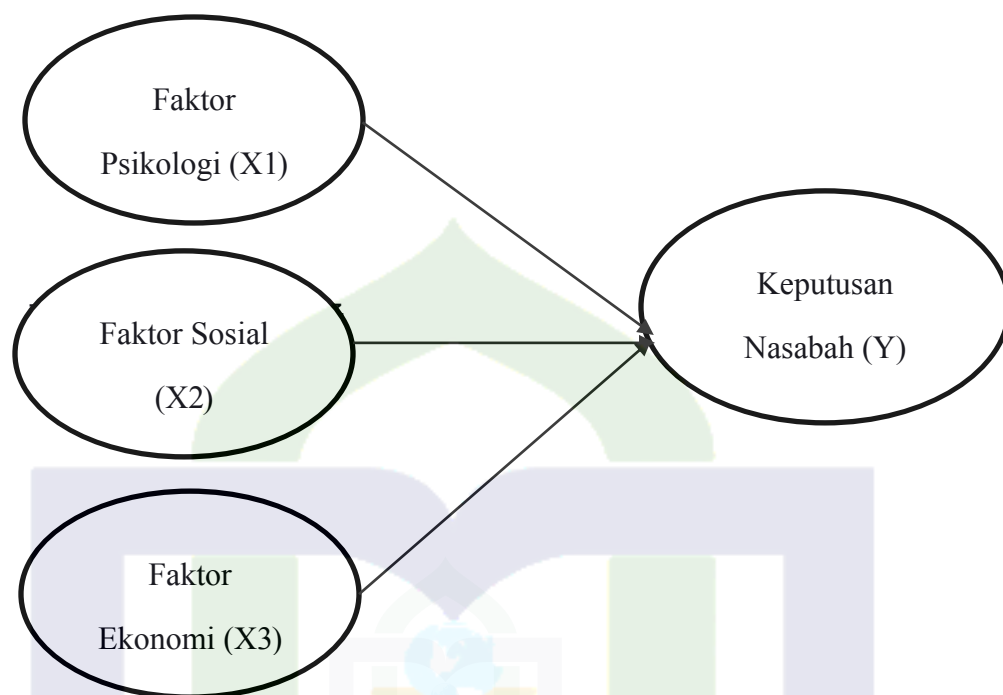
- a. Indikator faktor ekonomi meliputi:
- b. Biaya administrasi (ujrah)
- c. Kemudahan pencairan dana
- d. Kesesuaian pinjaman dengan nilai barang jaminan
- e. Kondisi ekonomi pribadi (pendapatan tetap atau tidak tetap)³⁵

C. Kerangka Pikir

Kerangka fikir sebagai gambaran tentang pola hubungan konsep dan atau variabel secara koheren yang merupakan gambaran yang utuh terhadap fokus penelitian. Jadi kerangka fikir merupakan gambaran tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan.

Adapun skema kerangka pikir dengan “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang” dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini

³⁵Melen Sterendisa, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang,” *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 9 No. 1, 2022, h. 45–58.



Gambar 2.1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dengan kata lain hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti dan masih harus dibuktikan kebenarannya. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, adalah:

Hipotesis Parsial:

H_1 : Faktor psikologis (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.

H_2 : Faktor sosial (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.

H_3 : Faktor ekonomi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah (proposal dan skripsi) yang diterbitkan oleh Institut Agama Islam Negeri Parepare. Metode penelitian ini mengacu pada pendekatan dan jenis penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, fokus penelitian, jenis sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan dan pengolahan data, uji keabsahan data, dan teknik analisis data.

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang dipakai untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih, yaitu bagaimana variabel bebas (independen) seperti faktor psikologis, sosial, dan ekonomi (X_1 , X_2 , dan X_3) mempengaruhi variabel terikat (dependen) yaitu keputusan nasabah (Y).

Jenis penelitian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat pengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan dari ketiga faktor tersebut terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.³⁶

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini bertempat di PT. Pegadaian Syariah Watang Sawitto Kabupaten Pinrang

³⁶ Sugiyono “*Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*”, Alfabeta, Bandung. 2022

b. Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan selama kurang lebih satu bulan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian yang dilakukan .

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁷ Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh nasabah gadai emas periode 31 Desember 2023 yang berjumlah sebanyak 2296 nasabah yang telah menggadaikan emasnya di Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto.

Sampel dalam penelitian merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sesuai dengan objek penelitian. Sampel dipilih menggunakan metode insidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian. Dengan metode ini, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti di lokasi penelitian dan memenuhi kriteria sebagai nasabah gadai emas di Unit Pegadaian Syariah Watang Sawitto dapat dijadikan sebagai sampel, selama orang tersebut dianggap sesuai sebagai sumber data.

Metode insidental sampling dipilih karena memungkinkan peneliti untuk langsung memperoleh data dari nasabah yang aktif menggunakan layanan gadai emas. Sampel diambil secara acak berdasarkan interaksi yang terjadi secara spontan di lokasi penelitian. Siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan memenuhi syarat sebagai nasabah gadai emas di Unit Pegadaian

³⁷ Rahim et al, h. 9.

Syariah Watang Sawitto, akan diminta untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Kemudian dalam penelitian ini teknik menentukan sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + \dots}$$

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir atau diinginkan adalah 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1

Perhitungan Sampel pada penelitian ini adalah :

$$n = \frac{2296}{1 + 2296}$$

$$n = \frac{2296}{1 + 2296}$$

$$n = \frac{2296}{1 + 22,96}$$

$$n = \frac{2296}{23,96}$$

$$n = 95,82$$

$$n = 96 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Instrumen eksplorasi berikut digunakan oleh analis untuk mendapatkan informasi tentang dampak pengaruh:

1. Observasi

Dalam persepsi non-anggota, spesialis bertindak sebagai penonton otonom dan tidak terlibat secara efektif dengan situasi atau tindakan yang diperhatikan. Persepsi non-anggota mengharapkan analis untuk fokus dan merekam cara berperilaku, koneksi, atau keanehan yang terjadi tanpa media silang langsung.

Jenis observasi ini, peneliti biasanya menggunakan alat bantu seperti catatan lapangan, kamera, atau perangkat perekam suara untuk merekam data yang relevan. Mereka berusaha untuk meminimalkan pengaruh mereka terhadap situasi yang diamati, sehingga hasil observasi mencerminkan keadaan alami atau biasa.

Observasi non partisipan dapat digunakan dalam berbagai konteks penelitian, seperti dalam studi perilaku manusia, lingkungan sosial, atau interaksi kelompok. Metode ini membantu peneliti memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena yang diamati, tanpa mempengaruhi atau memanipulasi hasil dengan kehadiran mereka.

Namun, penting bagi peneliti untuk tetap mempertimbangkan beberapa isu etika, seperti privasi dan keamanan, ketika menggunakan observasi non partisipan. Penting untuk memastikan bahwa observasi dilakukan dengan

memperhatikan hak-hak dan kesejahteraan individu yang diamati, serta dengan persetujuan yang sesuai jika diperlukan.

2. Angket Penelitian

Instrumen pengumpulan data atau biasa juga disebut dengan instrumen penelitian adalah sarana yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dalam rangka untuk menjawab permasalahan yang diangkat dalam penelitian, dan inilah yang disebut dengan angket penelitian.

Sarana tersebut menurut Sugiyono disesuaikan dengan jenis data yang akan digunakan dalam penelitian. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka langkah-langkah yang ditempuh dalam membuat instrumen penelitian (angket) ini, yaitu:

- a. Identifikasi variabel,
- b. dentifikasi indikator,
- c. Menentukan skalanya, dan
- d. Menyusun angketnya.

Langkah a, b, dan c telah dituangkan pada tabel 1, sedangkan langkah ke-4, yakni penyusunan angket penelitian akan dituangkan pula dalam bentuk tabel.

Dalam membuat angket penelitian, yakni angket terstruktur, dapat disajikan dalam bentuk sedemikian rupa di mana responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda checklist. Jika angket yang dibuat menggunakan skala Likert, maka alternatif jawaban yang disediakan sebanyak lima alternatif jawaban, yaitu:

- a. 1 = Sangat Tidak Setuju,

- b. 2 = Tidak Setuju,
- c. 3 = Netral,
- d. 4 = Setuju, dan
- e. 5 = Sangat Setuju.

Responden akan diminta untuk memilih satu jawaban dari alternatif jawaban yang disediakan tersebut sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda checklist.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu catatan berbagai kejadian yang telah berlalu berupa tulisan, gambar, atau sebuah karya yang penting bagi seseorang. Untuk mengumpulkan sebuah data yang lengkap dan terpercaya, maka peneliti menggunakan dokumentasi untuk mendapatkan data yang akurat mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian ini.

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan cara dilihat kemudian dicatat untuk dijadikan suatu data yang tersedia. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pernyataan praktis dan teknis yang menggambarkan cara variabel tersebut akan diukur dan ditemukan datanya. Definisi operasional mengaitkan konsep abstrak dengan prosedur konkret yang dapat diikuti untuk mengukur atau mengamati variabel tersebut secara objektif.

Dengan demikian, definisi operasional variabel membantu menjaga ketepatan dan konsistensi dalam penelitian, serta memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih jelas tentang konsep yang mereka teliti. Beberapa makna

yang dianggap perlu akan dijelaskan untuk membantu pembaca memahami makna dari topik penelitian ini dan menghindari kesalahan serta salah tafsir.

Variabel Dependen

Keputusan Nasabah (Y) menurut adalah kecenderungan atau keinginan yang kuat dari nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah sebagai solusi kebutuhan pembiayaan mereka. Keputusan nasabah diukur melalui kecenderungan responden untuk menggunakan, merekomendasikan, dan menggunakan kembali produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Wattang Sawitto Kabupaten Pinrang.

Menurut Ferdinand, Keputusan nasabah merupakan respons kognitif dan afektif seseorang terhadap suatu objek yang mendorong membentuk niat untuk melakukan suatu tindakan.

Tabel 3.1: Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Faktor Psikologis (X1)	Menurut Kotler dan Keller, faktor psikologis merupakan aspek internal individu yang meliputi persepsi, motivasi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.	1. Kepercayaan terhadap lembaga Pegadaian Syariah 2. Keyakinan terhadap akad dan prinsip syariah 3. Persepsi tentang keamanan dan manfaat produk 4. Motivasi untuk memenuhi kebutuhan mendesak secara syariah
Faktor Sosial (X2)	Menurut Schiffman dan Kanuk, faktor sosial adalah pengaruh dari lingkungan sosial yang mencakup kelompok referensi, keluarga, status sosial, dan peran sosial dalam proses pengambilan keputusan konsumen.	1. Dukungan atau ajakan dari keluarga 2. Pengaruh teman atau lingkungan sosial 3. Kesan sosial terhadap produk syariah 4. Keikutsertaan dalam

		komunitas masyarakat muslim
Faktor Ekonomi (X3)	Menurut Solomon , faktor ekonomi merupakan variabel eksternal seperti pendapatan, biaya hidup, harga, dan kondisi keuangan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.	1. Biaya administrasi (ujrah) yang dikenakan 2. Kemudahan dalam pencairan dana 3. Kesesuaian antara nilai jaminan dan jumlah pinjaman 4. Kondisi pendapatan atau keuangan pribadi nasabah
Keputusan Nasabah (Y)	Menurut Ferdinand, Keputusan nasabah merupakan respons kognitif dan afektif seseorang terhadap suatu objek yang mendorong membentuk niat untuk melakukan suatu tindakan.	Perilaku Konsumen 1. Faktor Psikologi 2. Faktor Sosial 3. Faktor Ekonomi

Sumber Data: Data diolah

F. Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya perubahan, dan biasa disebut dengan variabel X. Dalam penelitian ini, variabel bebas terdiri dari Faktor Psikologi (X1), Faktor Sosial (X2), dan Faktor Ekonomi (X3).

2. Variabel Terikat (*dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas, dan disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Keputusan Nasabah(Y).

Hubungan antara variabel bebas (X1 dan X2) dengan variabel terikat (Y) dapat digambarkan sebagai berikut:

**Faktor Psikologi (X1) + Faktor Sosial (X2) + Faktor Ekonomi (X3) →
Keputusan Nasabah (Y)**

G. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka dan dapat diukur secara objektif serta dianalisis secara statistik. Data kuantitatif ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan berdasarkan teknik purposive sampling.

Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, yakni para nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto yang menjadi responden penelitian. Data ini dikumpulkan melalui instrumen berupa kuesioner yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian, yaitu faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber lain yang mendukung dan melengkapi data primer. Data ini meliputi informasi mengenai jumlah nasabah dari laporan internal Pegadaian, literatur teori perilaku konsumen, serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan. Data sekunder ini bersumber dari dokumen resmi PT. Pegadaian Syariah, jurnal ilmiah, buku-buku akademik, dan publikasi dari instansi terkait seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

H. Teknik Analisis Data

1. Uji instrument penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana data yang didapatkan melalui instrument penelitian (kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Misalkan seorang peneliti ingin mengukur kepuasan kerja karyawan, maka semua pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner itu harus berkaitan dengan kepuasan kerja karyawan. Tidak ada satupun yang keluar dari topik yang telah ditentukan.

Menurut Duwi, uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.³⁸ Dengan kata lain uji validitas dilakukan untuk melihat derajat ketepatan antara data lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Uji validitas dilakukan dengan teknik *corrected item-total correlation*, yaitu mengkorelasikan skor item dengan total item variabel. Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel ($df = n-2$). Maka dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05.³⁹

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap

konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula. Pengukuran

³⁸ Duwi Priyanto, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat* (Yogyakarta: Medikom, 2011), h. 24.

³⁹ Duwi Priyanto, *5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17* (Yogyakarta: Andi, 2019), h. 173.

reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 23, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $r_{\text{(hitung)}} > 0,6$.⁴⁰

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear merupakan model yang baik maksudnya jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi yaitu residual distribusi normal, tidak adanya multikolinearitas, tidak adanya heteroskedastisitas, dan tidak adanya autokorelasi pada model regresi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar akan mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk sesuai gambar (*bell-shaped curve*) lonceng yang kedua sisinya akan melebar sampai tak terhingga. Berdasarkan definisi uji normalitas di sini tidak dilakukan per variabel (*univariate*) tetapi hanya terhadap nilai residual yang terstandarisasi (*multivariate*).

b. Uji Multikolinearitas

⁴⁰ Priyanto, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat*, h. 172.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan/korelasi antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan dalam mengetahui apakah pada model regresi timbul ketidaksamaan antara variabel dari residual yang satu ke pengamatan yang lain. Bila varian dari satu residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, oleh itu disebut dengan homokedastisitas dan apabila varian tidak konstan ataupun berubah disebut dengan heteroskedastisitas.

2. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi pada dasarnya suatu teknik untuk menganalisis hubungan yang terjadi pada antara 2 variabel atau lebih. Mengacu pada kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian yang sudah dinyatakan sebelumnya, maka analisis dalam penelitian ini menggunakan persamaan sebagai berikut;

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

a : Konstanta

Y : Variabel Dependen (Keputusan nasabah)

β : Koefisien Regresi Variabel Independen

X_1 : Faktor Psikologis

X_2 : Faktor Sosial

X_3 : Faktor Ekonomi

e : *Error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.⁴¹

b. Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel *independent* secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel *dependent*. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel *independent* secara simultan mempengaruhi variabel *dependent* ataupun sebaliknya.

Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Pengujian statistik

⁴¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 58.

Anova merupakan bentuk pengujian hipotesis dimana dapat menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik yang disimpulkan. Pengambilan keputusan dilihat dari pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai F yang terdapat di dalam tabel ANOVA, tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:⁴²

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya semua variabel *independent*/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*/terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, semua variabel *independent*/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*/terikat.

⁴² Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23, 8th ed., h. 154.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Penelitian ini memperoleh data dari penyebaran kuesioner yang dilakukan pada 96 responden yang merupakan nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang. Responden yang dipilih sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu nasabah yang telah menggunakan layanan gadai emas di PT. Pegadaian Syariah. Pengambilan sampel dimulai pada tanggal 10 Juni 2025 hingga 13 Juni 2025. Meskipun terdapat beberapa kendala terkait waktu dan kesediaan responden untuk mengisi kuesioner, namun seluruh 96 kuesioner yang disebarakan telah kembali dengan lengkap sesuai kriteria yang telah ditentukan.

Karakteristik responden berfungsi untuk memberikan gambaran lebih jelas mengenai deskriptif identifikasi responden berdasarkan sampel penelitian yang telah ditetapkan. Karakteristik tersebut mencakup data diri yang meliputi jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Adapun penyajian data yang diperoleh dalam bentuk tabel untuk lebih memperjelas mengenai karakteristik responden.

2. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	43	44,8%
2	Perempuan	53	55,2%
Total		96	100%

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah sebanyak 53 orang atau sekitar 55,2% dari total 96 responden. Sedangkan responden laki-laki juga memiliki nilai yang hampir sebanding yang mencakup 43 orang, yang setara dengan 44,8 % dari total responden. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden yang terlibat dalam penelitian ini terbagi rata dengan angka lebih banyak responden perempuan.

3. Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15-25	14	15%
2	26-35	17	17%
3	36-45	31	32%
4	46-55	23	24%
5	56>	11	11%
Total		96	100%

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden berusia 36-45 tahun, yang mencakup 32% dari total responden. Sedangkan kelompok usia 15-25 tahun hanya mencakup 15%, diikuti oleh 26-35 tahun (17 %), 46-55 tahun (23%), dan 56 tahun ke atas yang hanya mencakup 11%.

4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	16	17%
2	Wiraswasta	11	12%
3	Mahasiswa	16	17%
4	Karyawan	15	16%
5	IRT	23	24%
6	Petani	15	16%
	Total	96	100%

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar responden bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga (24%), diikuti oleh mahasiswa dan PNS (17%), Petani dan Karyawan masing masing adalah 16% dan wirasrwasta hanya 12% Pekerjaan yang terkait ibu rumah tangga dan mahasiswa menunjukkan bahwa layanan gadai emas ini lebih banyak digunakan oleh mereka yang memiliki fleksibilitas finansial atau kebutuhan untuk pinjaman jangka pendek.

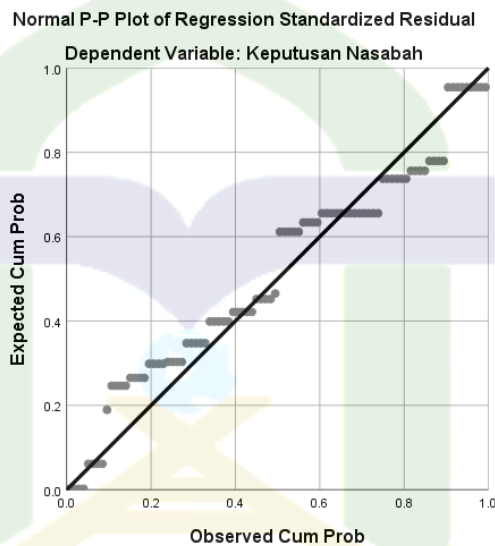
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian persyaratan analisis data dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi asumsi-asumsi

yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah data yang diperoleh memiliki karakteristik yang sesuai dengan model analisis yang akan digunakan, yaitu analisis regresi dan korelasi. Adapun pengujian yang dilakukan yakni:

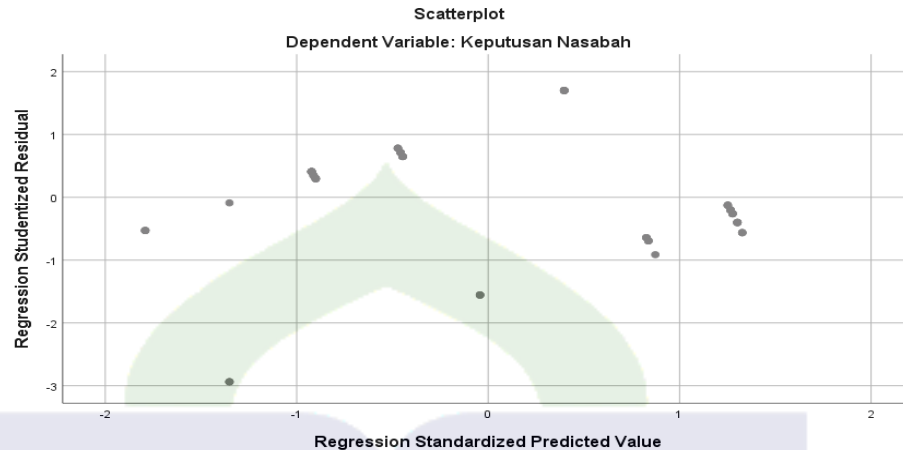
a. Uji Normalitas



Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Hasil uji normalitas dengan Normal P-P Plot, menunjukkan sebaran titik-titik berada sepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas



Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Hasil uji dengan Scatterplot diatas menunjukkan titik-titik menyebar secara acak dan merata di sekitar garis nol tanpa pola tertentu. Dimana ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga varians residual konstan dan model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir dalam instrumen mencerminkan konstruksi atau konsep yang dimaksud. Instrumen dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (dengan taraf signifikansi 5%). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Data dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada signifikansi 5%. Adapun pada penelitian ini nilai r_{tabel} nya adalah 0.201 sehingga untuk dapat dinyatakan valid harus nilai r_{hitung} harus lebih besar dari 0.201. Berikut hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis

		Correlations							
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_Tot
X1_1	Pearson Correlation	1	.394**	.683**	.562**	.727**	.342**	.935**	.812**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_2	Pearson Correlation	.394**	1	.272**	.635**	.730**	.533**	.504**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_3	Pearson Correlation	.683**	.272**	1	.256*	.581**	.713**	.638**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009		.015	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_4	Pearson Correlation	.562**	.635**	.256*	1	.326**	.577**	.533**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015		.002	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_5	Pearson Correlation	.727**	.730**	.581**	.326**	1	.285**	.799**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002		.007	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_6	Pearson Correlation	.342**	.533**	.713**	.577**	.285**	1	.330**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.007		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_7	Pearson Correlation	.935**	.504**	.638**	.533**	.799**	.330**	1	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90
X1_Tot	Pearson Correlation	.812**	.771**	.751**	.722**	.796**	.731**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90

d. Hasil Uji Validitas Faktor Sosial

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial

		Correlations					
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_Tot
X2_1	Pearson Correlation	1	.538**	.768**	.444**	.945**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2_2	Pearson Correlation	.538**	1	.290**	.868**	.538**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2_3	Pearson Correlation	.768**	.290**	1	.218*	.707**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.039	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2_4	Pearson Correlation	.444**	.868**	.218*	1	.349**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.039		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2_5	Pearson Correlation	.945**	.538**	.707**	.349**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2_Tot	Pearson Correlation	.914**	.799**	.737**	.716**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Pada **variabel X2 (Faktor Sosial)**, seluruh item X2_1 sampai X2_5 juga menunjukkan nilai korelasi positif dan signifikan terhadap skor total (X2_Tot). Dengan demikian, indikator faktor sosial dinyatakan valid.

e. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Ekonomi

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Ekonomi

		Correlations				
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_Tot
X3_1	Pearson Correlation	1	.504**	.733**	.636**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X3_2	Pearson Correlation	.504**	1	.084	.777**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000		.430	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
X3_3	Pearson Correlation	.733**	.084	1	.322**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.430		.002	.000
	N	90	90	90	90	90
X3_4	Pearson Correlation	.636**	.777**	.322**	1	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.000
	N	90	90	90	90	90
X3_Tot	Pearson Correlation	.901**	.750**	.662**	.867**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Pada variabel X3 (Faktor Ekonomi), item X3_1 sampai X3_4 memiliki korelasi yang kuat dan signifikan terhadap skor total (X3_Tot). Artinya, indikator ekonomi yang digunakan telah valid dalam mengukur variabel ekonomi.

f. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah

Tabel 3.5 Hasil Uji validitas Variabel Keputusan Nasabah

		Correlations			
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_Tot
Y_1	Pearson Correlation	1	.803**	.861**	.965**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90
Y_2	Pearson Correlation	.803**	1	.612**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90
Y_3	Pearson Correlation	.861**	.612**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90
Y_Tot	Pearson Correlation	.965**	.893**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Pada variabel Y (Keputusan Nasabah), seluruh item Y_1 sampai Y_3 memiliki nilai korelasi yang sangat tinggi dan signifikan terhadap skor total (Y_Tot), sehingga seluruh item keputusan nasabah dinyatakan valid. Secara keseluruhan, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner layak digunakan dalam penelitian.

g. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang kali. Pengujian dilakukan dengan menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner terkait dengan variabel yang digunakan. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini adalah Cronbach's Alpha. Variabel dikatakan handal atau reliable jika nilai dari Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	6

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam satu variabel. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai alpha $> 0,60$ dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Psikologi (X1) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,753, variabel Sosial (X2) sebesar 0,808, variabel Ekonomi (X3) sebesar 0,815, dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,866. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan kuesioner konsisten untuk digunakan.

h. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Psikologi	.017	9.329
	Sosial	.039	6.650
	Ekonomi	.014	5.106

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang kuat antar variabel independen. Kriteria pengujian adalah nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Psikologi, Sosial, dan Ekonomi memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF masih berada di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi dan variabel independen layak digunakan secara bersama-sama.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item pertanyaan dalam satu variabel. Pengujian reliabilitas

menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan kriteria nilai $\alpha > 0,60$ dinyatakan reliabel.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Psikologi (X1) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0,753, variabel Sosial (X2) sebesar 0,808, variabel Ekonomi (X3) sebesar 0,815, dan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,866. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan kuesioner konsisten untuk digunakan.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Ekonomi (X3) memiliki nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Sementara itu, variabel Psikologi (X1) dan Sosial (X2) memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, yang berarti secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian, faktor ekonomi menjadi faktor dominan dalam memengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.

Uji t berpasangan dilakukan untuk melihat perbedaan dan pengaruh antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh pasangan variabel X1-Y, X2-Y, dan X3-Y memiliki nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara faktor psikologi, sosial, dan ekonomi

terhadap keputusan nasabah. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen yaitu Faktor Psikologi (X1), Faktor Sosial (X2), dan Faktor Ekonomi (X3) terhadap Keputusan Nasabah (Y) secara parsial.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 90 orang, dengan jumlah variabel independen sebanyak 3 variabel, sehingga derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus:

$$df = n - k - 1$$

$$df = 90 - 3 - 1 = 86$$

Dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 (dua sisi), maka diperoleh nilai t tabel = $\pm 1,987$.

Tabel 4.5 Hasil Uji Parsial

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

a. Variabel Faktor Psikologi (X1)

Nilai t hitung variabel psikologi adalah 0,566 dengan nilai signifikansi sebesar 0,573. Nilai t hitung tersebut lebih kecil dari t tabel ($0,566 < 1,987$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial faktor psikologi tidak berpengaruh

signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

b. Variabel Faktor Sosial (X2)

Nilai t hitung variabel sosial sebesar 0,035 dengan nilai signifikansi 0,972 Nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($0,035 < 1,987$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, faktor sosial secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

c. Variabel Faktor Ekonomi (X3)

Nilai t hitung variabel ekonomi sebesar 1,159 dengan nilai signifikansi 0,249. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($1,159 < 1,987$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, faktor ekonomi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan hasil uji t tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor ekonomi (X3), faktor psikologi dan sosial tidak berpengaruh secara parsial.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regersi Linear Berganda adalah uji yang dilakukan untuk mengathui seberapa besar pengavariabel independent dengan variabel dependen. Adapun uji regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6: Uji Regresi Linear Berganda

Sumber Data: Hasil Uji SPSS 2025

Berdasarkan hasil dari tabel diatas maka didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 9.989 + 0.066X_1 + 0.004X_2 + 0.113X_3 + e$$

Nilai konstanta (a) sebesar 9,989 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen, yaitu faktor psikologi, faktor sosial, dan faktor ekonomi, dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai keputusan nasabah adalah sebesar 9,989 satuan. Dari persamaan tersebut dapat ditarik Kesimpulan bahwa:

- 1) Konstanta (a) = 9.989 artinya jika faktor psikologi, faktor social, dan faktor ekonomi konstan atau sama dengan nol maka Keputusan nasabah pada PT Pegadain Syariah UPS Watang Suwitto diprediksi mengalami kenaikan sebesar 9.989.
- 2) Koefisien variabel (b1) = 0.066 artinya jika faktor psikologi naik sebesar 1 dengan asumsi faktor psikologi tetap konstan, maka Keputusan nasabah pada PT Pegadain Syariah UPS Watang Suwitto, akan naik sebesar 0,066.
- 3) Koefisien variabel (b2) = 0,004 artinya jika faktor sosial naik sebesar 1 dengan asumsi faktor sosial tetap konstan, maka Keputusan nasabah pada PT Pegadain Syariah UPS Watang Suwitto akan naik sebesar 0,004.

- 4) Koefisien variabel (b_2) = 0,113 artinya jika faktor sosial naik sebesar 1 dengan asumsi faktor ekonomi tetap konstan, maka Keputusan nasabah pada PT Pegadain Syariah UPS Watang Suwitto akan naik sebesar 0,113.

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel lebih dari 0,05. Dengan demikian, model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel bebas, namun tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X_1 dan X_2) dengan variabel terikat (Y)

3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	329.948	3	109.983	863.603	.000 ^b
	Residual	10.952	86	.127		
	Total	340.900	89			

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa variabel Psikologi, Sosial, dan Ekonomi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Derajat kebebasan untuk uji F adalah:

$$df_1 = k = 3$$

$$df_2 = n - k - 1 = 86$$

Dengan tingkat signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai F tabel sebesar $\pm 2,71$.

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 863,603 dengan nilai signifikansi 0,000.

Karena nilai F hitung jauh lebih besar dari F tabel ($863,603 > 2,71$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa faktor psikologi, faktor sosial, dan faktor ekonomi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang.

4. Uji Koefisien *Determinasi* (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel citra merek. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Adapun hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.984 ^a	.968	.967	.357
a. Predictors: (Constant), Ekonomi, Sosial, Psikologi				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Sumber : Hasil Uji SPSS Tahun 2025

Sebelum menghitung dapat membaca data diatas hal pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui interval koefisien korelasi yang disusun sebagai berikut:

Tabel 4.8: Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
80%-100%	Sangat Kuat

60%-80%	Kuat
40%-60%	Cukup Kuat
10-40%	Rendah
0%-10%	Sangat Rendah

Sumber : Ridwan 2003

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,968 menunjukkan bahwa 96,8% variasi keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh faktor psikologi, sosial, dan ekonomi. Sementara itu, sisanya sebesar 3,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Faktor Psikologis (X_1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Faktor psikologis merupakan salah satu determinan penting dalam perilaku konsumen yang mencakup persepsi, motivasi, kepercayaan, dan sikap individu dalam mengambil keputusan. Menurut Kotler dan Keller, faktor psikologis melibatkan proses internal yang memengaruhi pemilihan produk oleh konsumen, termasuk persepsi tentang keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan terhadap produk yang ditawarkan.⁴³ Dalam konteks gadai emas syariah, psikologi nasabah berperan dalam menilai kenyamanan layanan, kepatuhan syariah, dan kepercayaan terhadap lembaga Pegadaian.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan produk gadai emas, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002

⁴³Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (Pearson Education, 2016), h. 188.

(lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung sebesar 3,198, lebih besar dari t tabel. Ini berarti hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Temuan ini mendukung teori dari Schiffman dan Kanuk yang menyebutkan bahwa persepsi, keamanan, dan kenyamanan menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan produk jasa, termasuk layanan keuangan.⁴⁴ Artinya, ketika nasabah merasa aman, nyaman, dan percaya pada kehalalan dan profesionalitas layanan, maka minat dan keputusan mereka untuk menggunakan gadai emas meningkat secara signifikan.

Persepsi psikologis juga berkaitan erat dengan nilai-nilai spiritual dalam layanan syariah. Dalam Pegadaian Syariah, konsep akad rahn yang berprinsip pada transparansi, tanggung jawab, dan keadilan menjadi bagian dari persepsi kepercayaan nasabah. Maka, ketika nasabah memahami bahwa transaksi mereka bebas riba dan sesuai syariah, tingkat kepercayaan akan semakin tinggi, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka.

Beberapa penelitian mendukung temuan ini, salah satunya oleh Melen Sterendisa yang menunjukkan bahwa kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan nasabah menjadi faktor dominan dalam penggunaan produk gadai syariah di Palembang.⁴⁵ Hal serupa ditemukan dalam penelitian oleh Lailah Magfirah, bahwa motivasi religius dan persepsi positif terhadap prinsip Islam dalam transaksi mendorong minat nasabah terhadap produk rahn.⁴⁶

⁴⁴Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, 10th Edition (Pearson Prentice Hall, 2008), h. 412.

⁴⁵Melen Sterendisa, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn)* di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang.

⁴⁶Lailah Magfirah dan Ridwan Nurdin, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada Pegadaian Syariah*, Banda Aceh

Penelitian ini menunjukkan bahwa produk gadai emas tidak sekadar dilihat sebagai solusi finansial, melainkan juga sebagai keputusan berbasis nilai-nilai keyakinan dan kenyamanan emosional. Maka dari itu, Pegadaian Syariah harus menjaga kualitas layanan secara psikologis — mulai dari pelayanan yang ramah, penjelasan akad yang meyakinkan, hingga suasana kantor yang mendukung kenyamanan emosional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis merupakan elemen fundamental dalam membentuk keputusan nasabah. Pegadaian Syariah perlu terus mengembangkan pendekatan yang menumbuhkan kepercayaan dan rasa nyaman bagi nasabah. Maka, hipotesis pertama diterima, yaitu terdapat pengaruh signifikan antara faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

2. Pengaruh Faktor Sosial (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Faktor sosial adalah aspek yang berasal dari lingkungan eksternal individu, seperti pengaruh keluarga, teman, kelompok referensi, dan status sosial, yang dapat memengaruhi sikap dan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Menurut Solomon, interaksi sosial memiliki peranan penting dalam membentuk keputusan pembelian, terutama ketika seseorang merujuk pada pendapat atau perilaku orang-orang di sekitarnya sebelum menentukan pilihan konsumsinya⁴⁷.

Dalam penelitian ini, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa faktor sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,004 (lebih kecil dari 0,05) dan t hitung

⁴⁷Michael R. Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*, 12th Edition (Pearson, 2017), h. 96.

sebesar 2,935 (lebih besar dari t tabel). Ini menandakan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, semakin besar dukungan dan pengaruh sosial yang diterima nasabah dari lingkungan sekitarnya, maka semakin kuat pula keputusan mereka untuk menggunakan produk gadai emas di Pegadaian Syariah.

Faktor sosial dalam konteks ini dapat berbentuk dukungan keluarga dalam menggunakan jasa pegadaian, pengaruh teman atau kerabat, serta adanya contoh langsung dari orang terdekat yang telah menggunakan produk tersebut. Ketika seseorang melihat bahwa anggota keluarga atau lingkungan sekitar memercayai dan menggunakan Pegadaian Syariah, maka hal tersebut akan memperkuat persepsi positif dan menumbuhkan minat untuk ikut serta menggunakannya.

Temuan ini didukung oleh teori perilaku konsumen dari Schiffman dan Kanuk yang menjelaskan bahwa kelompok referensi dapat memberikan pengaruh normatif maupun informatif terhadap individu dalam membuat keputusan konsumsi⁴⁸. Dengan kata lain, keputusan untuk menggunakan produk gadai emas bisa jadi bukan hanya karena kebutuhan personal, tetapi juga karena ada motivasi untuk mengikuti norma sosial atau memperkuat penerimaan dalam kelompoknya.

Sejalan dengan hal itu, penelitian Lailah Magfirah dan Ridwan Nurdin juga menemukan bahwa lokasi dan pengaruh sosial berperan signifikan dalam memengaruhi minat nasabah terhadap produk rahn. Mereka mencatat bahwa

⁴⁸Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*, 10th Edition (Pearson Prentice Hall, 2008), h. 412.

lingkungan sosial yang aktif menyuarakan keunggulan produk syariah mendorong individu lain untuk mengikuti pola konsumsi serupa⁴⁹.

Sementara itu, penelitian Dalmiar Dayanti menemukan bahwa banyak nasabah datang ke Pegadaian Syariah setelah mendengar testimoni positif dari teman-teman mereka, terutama pada masa pasca-COVID-19 ketika kebutuhan finansial meningkat dan Pegadaian Syariah dianggap sebagai solusi yang aman dan praktis⁵⁰. Hal ini menunjukkan kekuatan dari word of mouth dalam membentuk keputusan.

Lebih dari itu, faktor sosial juga berkaitan dengan nilai prestise atau status sosial yang dirasakan oleh sebagian konsumen saat menggunakan layanan syariah. Produk yang berbasis syariah sering kali dipersepsikan sebagai bentuk gaya hidup Islami, sehingga menjadi penanda identitas sosial yang positif di kalangan komunitas tertentu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor sosial memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Pegadaian Syariah dapat memperkuat strategi pemasarannya melalui pendekatan komunitas, testimoni nasabah, serta edukasi berbasis kelompok. Maka, hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini dapat diterima secara signifikan.

3. Pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Faktor ekonomi dalam perilaku konsumen mencakup pertimbangan rasional terhadap biaya, pendapatan, kondisi keuangan, serta manfaat ekonomi yang didapatkan dari suatu produk atau jasa. Menurut Ferdinand, keputusan

⁴⁹Lailah Magfirah dan Ridwan Nurdin, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn pada Pegadaian Syariah*, Banda Aceh

⁵⁰Dalmiar Dayanti, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19, Pegadaian Syariah Alaman Bolak*, 2023.

konsumen sangat dipengaruhi oleh kondisi keuangan pribadi dan persepsi tentang efisiensi biaya yang ditawarkan suatu produk atau layanan⁵¹. Dalam konteks Pegadaian Syariah, faktor ekonomi mencakup biaya administrasi, nilai taksiran emas, margin keuntungan, serta keterjangkauan prosedur gadai emas.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor ekonomi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas, ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,008 dan nilai t hitung sebesar 2,708 (lebih besar dari t tabel). Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) dapat diterima, bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor ekonomi dan keputusan nasabah.

Temuan ini memperkuat teori dari Kotler dan Keller, yang menyatakan bahwa konsumen akan cenderung memilih produk yang memberikan nilai ekonomi tertinggi — yaitu manfaat maksimal dengan biaya minimal⁵². Nasabah Pegadaian Syariah menilai bahwa biaya administrasi yang terjangkau, margin yang tidak memberatkan, serta nilai taksir emas yang realistis menjadi pertimbangan utama dalam keputusan mereka.

Di masa pasca-pandemi, ketidakstabilan ekonomi menjadi latar belakang utama keputusan ekonomi masyarakat. Dalam penelitian Dalmiar Dayanti, diketahui bahwa kondisi ekonomi nasabah yang sulit pasca-COVID-19 membuat mereka cenderung mencari produk keuangan yang dapat

⁵¹Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h. 130.

⁵²Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (Pearson Education, 2016), h. 188.

memberikan solusi cepat tanpa prosedur yang rumit, dan Pegadaian Syariah menjadi salah satu pilihan rasional karena kemudahan dan fleksibilitasnya⁵³.

Selain itu, produk gadai emas menawarkan keunggulan dibandingkan pinjaman konvensional karena tidak membebani nasabah dengan bunga riba, serta memiliki jaminan barang berupa emas yang nilainya stabil atau cenderung meningkat. Hal ini membuat banyak nasabah merasa aman secara ekonomi karena tidak terjebak dalam utang jangka panjang.

Penelitian Amanda Veronica juga mengungkapkan bahwa faktor ekonomi seperti harga (marjin), biaya, dan kemudahan prosedur merupakan aspek utama yang mendorong minat dan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas di Pegadaian Syariah⁵⁴. Ia menekankan bahwa biaya yang wajar dan proses yang cepat membuat nasabah merasa layanan ini sangat cocok untuk keperluan mendesak.

Dalam tinjauan lokal, hasil ini sangat relevan dengan masyarakat Kabupaten Pinrang yang sebagian besar berlatar belakang ekonomi menengah ke bawah dan membutuhkan akses ke pembiayaan cepat yang tidak memberatkan. Maka, Pegadaian Syariah menjadi alternatif yang rasional dalam menghadapi kebutuhan mendadak seperti pendidikan anak, biaya kesehatan, dan kebutuhan rumah tangga.

Dengan demikian, faktor ekonomi tidak hanya menjadi latar belakang keputusan konsumsi, tetapi juga menjadi alat ukur efektivitas suatu layanan keuangan. Pegadaian Syariah perlu menjaga agar semua elemen ekonomi

⁵³Dalmiar Dayanti, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Gadai Emas Pasca Covid-19, Pegadaian Syariah Alaman Bolak, 2023.

⁵⁴Amanda Veronica, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah.

produknya tetap kompetitif, transparan, dan sesuai prinsip syariah. Berdasarkan temuan ini, hipotesis ketiga (H3) diterima secara signifikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto terbukti tidak signifikan. Faktor psikologis mencakup perasaan aman, kenyamanan, kepercayaan terhadap prinsip syariah, dan kepuasan emosional nasabah dalam bertransaksi. Temuan ini menguatkan teori perilaku konsumen yang menyebutkan bahwa keputusan konsumen dipengaruhi oleh persepsi, motivasi, sikap, dan kepercayaan individu. Ketika nasabah merasa yakin bahwa produk gadai emas sesuai dengan nilai-nilai Islam, proses transaksi yang nyaman dan tidak menimbulkan beban psikologis akan memperbesar kemungkinan mereka memilih dan kembali menggunakan layanan tersebut. Hal ini menjelaskan bahwa faktor psikologis bukan hanya pelengkap, tetapi justru menjadi unsur utama dalam mendorong pengambilan keputusan keuangan dalam konteks syariah..
2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas juga terbukti tidak signifikan berdasarkan hasil penelitian. Faktor sosial yang dimaksud meliputi dukungan dari ke keluarga, pengaruh teman dan lingkungan sekitar, serta status sosial yang melekat pada penggunaan layanan berbasis syariah. Hal ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa kelompok acuan (*reference group*) dan norma sosial memiliki pengaruh besar terhadap preferensi dan perilaku individu. Ketika orang-orang terdekat memberikan rekomendasi positif atau

telah lebih dahulu menggunakan produk gadai emas, maka hal ini akan menimbulkan efek ikut serta (social proof) pada calon nasabah. Dalam masyarakat yang menjunjung nilai kekeluargaan dan sosial seperti di Kabupaten Pinrang, pengaruh sosial terbukti sangat dominan dalam mendorong keputusan finansial, khususnya untuk layanan yang berbasis kepercayaan seperti Pegadaian Syariah.

3. Pengaruh faktor ekonomi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas menunjukkan hubungan yang tidak signifikan. Faktor ini meliputi keterjangkauan biaya administrasi, kesesuaian margin, nilai taksir emas yang adil, serta kemudahan dalam menjaga kestabilan ekonomi rumah tangga. Hasil ini konsisten dengan teori ekonomi rasional yang menyebutkan bahwa konsumen akan memilih produk dengan manfaat maksimal dan biaya yang minimal. Bagi nasabah Pegadaian Syariah, produk gadai emas dinilai sebagai solusi keuangan yang cepat, praktis, dan tidak memberatkan, terutama bagi mereka yang berada dalam kondisi ekonomi sulit. Dengan adanya sistem yang bebas riba dan berbasis prinsip keadilan dalam syariah, nasabah merasa lebih nyaman dan aman secara ekonomi. Oleh karena itu, faktor ekonomi menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan untuk menggunakan dan terus memanfaatkan layanan gadai emas syariah.

B. Saran

1. Bagi PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang berdampak pada aspek psikologis nasabah, seperti menciptakan suasana pelayanan yang ramah, nyaman, dan memberikan rasa aman. Upaya ini akan memperkuat loyalitas nasabah dan

meningkatkan kepercayaan terhadap produk gadai emas sebagai solusi keuangan berbasis syariah.

2. Pegadaian Syariah sebaiknya lebih aktif menjalin hubungan dengan komunitas, tokoh masyarakat, dan lembaga keagamaan lokal untuk memperluas pengaruh sosial yang positif. Strategi ini bisa dilakukan melalui edukasi publik, seminar, atau program literasi keuangan syariah yang menumbuhkan minat calon nasabah berdasarkan pengaruh sosial dari lingkungan mereka.
3. Pegadaian disarankan untuk meninjau kembali besaran biaya administrasi dan margin agar tetap kompetitif namun tetap menguntungkan perusahaan. Transparansi nilai taksiran emas dan prosedur pencairan dana yang cepat juga menjadi nilai tambah yang harus terus dijaga, agar layanan gadai emas tetap menjadi pilihan utama masyarakat dalam kondisi ekonomi mendesak.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi, atau literasi keuangan syariah agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah. Selain itu, metode kualitatif dapat digunakan sebagai pelengkap untuk menggali perspektif nasabah secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al-Karim

- Ahyar, Hardani, dkk. *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. ResearchGate, 2020.
- Amanda, V. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk rahn pada pegadaian syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(2), 65-75.
- Anshori, A. G. (2016). Gadai syariah di Indonesia: Konsep, implementasi, dan institusionalisasi. *Jurnal Hukum Islam*, 14(2), 87-102.
- Arikunto, Suharsimi, Suhardjono, dan Supardi. *Penelitian Tindakan Kelas*. Edisi Revisi.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Basrowi dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2020)
- Blackwell, R. D., Engel, J. F., & Miniard, P. W. (2001). *Consumer behavior* (11th ed.). South-Western College Publishing.
- Dayanti, D. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan gadai emas pasca covid-19 (Studi kasus di PT. Pegadaian

Cabang Pembantu Syariah Alaman Bolak). *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 5(1), 91-102.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2002). *Fatwa No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn*.

Eugene Brigham dan Joel F. Houston, “Dasar-Dasar Manajemen Keuangan”, (Jakarta: Salemba Empat, 2022),

Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fikri. et.al.,(2023) “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare Tahun 2023.”

Hidayat, M. (2019). Konsep dan aplikasi akad rahn dalam lembaga keuangan syariah. *Jurnal Muamalah*, 8(2), 123-140.

Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Prentice Hall.

Khoirunnazilah, et al. (Eds.). (2022). Perkembangan konsep rahn dalam pegadaian. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 4(1), 37-52.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

- Magfirah, L., & Nurdin, R. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk rahn pada pegadaian syariah (Studi kasus pada kantor pusat pegadaian syariah kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, 5(3), 11-20.
- Mardani. (2020). *Manajemen pemasaran jasa* (Edisi 2). Salemba Empat.
- Muhammad. (2020). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Rajawali Pers.
- Nasrullah Rasyid, *Dasar-Dasar Ekonomi Syariah* (Parepare: Lembaga Penerbitan IAIN Parepare, 2021),
- Notoatmodjo, S. (2021). *Metodologi penelitian kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurhasanah, N. (2018). Implementasi prinsip syariah dalam operasional gadai emas. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 67-84.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia (Revisit 2017)*. OJK.
- Rijal, S. (2020). Karakteristik dan perbedaan gadai syariah dengan gadai konvensional. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 11(1), 56-73.
- Sasli, R. (2021). *Pegadaian syariah: Konsep dan sistem operasional*. UI Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.

- Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Kencana.
- Siregar, S. *Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*.
- Soemitra, A. (2017). *Bank dan lembaga keuangan syariah* (Edisi kedua). Kencana.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson
- Sterendisa, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk gadai (rahn) di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 9(1), 45-58.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-28). Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih., *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011)
- Suwendra, I Wayan, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan dan Keagamaan* (Bandung: Nilackra, 2018)



Lampiran 1 . Instrumen Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl.Amal Bakti No.8 Soreang 911331 Telp. (0421)21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : RESKY SYAPUTRA
 NIM : 2120203862201018
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
 JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
 KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
 PRODUK GADAI EMAS PADA PT PEGADAIAN
 SYARIAH UPS WATTANG SAWITTO KABUPATEN
 PINRANG

ANGKET PENELITIAN

Petunjuk:

Beri tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai dengan pendapat Anda berdasarkan skala berikut:

- 4 = Sangat Setuju
- 3 = Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

A. Identitas Responden

Nama:

Usia:

Jenis Kelamin:

Pekerjaan:

Lama Menjadi Nasabah:

B. Pernyataan Angket

No		Pernyataan	1	2	3	4
FAKTOR PSIKOLOGI (X1)						
1	Kepercayaan Nasabah terhadap Lembaga	Saya percaya bahwa Pegadaian Syariah memiliki integritas yang tinggi dalam menjalankan bisnisnya.				
2	Pegadaian Syariah	Saya yakin Pegadaian Syariah selalu menjaga keamanan emas yang digadaikan				
3	Keyakinan terhadap Akad dan Prinsip Syariah	Saya percaya bahwa transaksi gadai emas di Pegadaian Syariah sesuai dengan prinsip syariah.				
4		Saya merasa tenang karena Pegadaian Syariah mengikuti ketentuan syariah dalam proses gadai emas				
5	Persepsi tentang Keamanan dan Manfaat Produk	Saya merasa aman ketika menggadaikan emas di Pegadaian Syariah.				
6		Produk gadai emas Pegadaian Syariah memberikan manfaat yang jelas bagi saya sebagai nasabah.				
7	Motivasi untuk Memenuhi Kebutuhan Mendesak Secara Syariah	Saya memilih produk gadai emas Pegadaian Syariah untuk memenuhi kebutuhan mendesak secara sesuai syariah.				
8		Motivasi utama saya menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah adalah karena saya yakin produk ini sesuai dengan prinsip Islam.				
FAKTOR SOSIAL (X2)						
9	Dukungan atau Ajakan dari Keluarga	Keluarga saya mendukung saya untuk menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah.				
10	Pengaruh Teman atau Lingkungan	Teman atau lingkungan sosial saya berperan dalam keputusan saya untuk				

	Sosial	menggadaikan emas di Pegadaian Syariah				
11	Kesan Sosial terhadap Produk	Produk gadai emas Pegadaian Syariah memiliki kesan positif di masyarakat				
12	Syariah	Saya merasa bangga menggunakan produk gadai emas dari Pegadaian Syariah karena mendukung ekonomi syariah.				
13	Keikutsertaan dalam Komunitas Masyarakat Muslim	Saya merasa lebih nyaman menggunakan Pegadaian Syariah karena saya bagian dari komunitas masyarakat Muslim yang mendukung prinsip syariah.				
FAKTOR EKONOMI (X3)						
14	Biaya Administrasi (Ujrah) yang Dikenakan	Biaya administrasi yang dikenakan oleh Pegadaian Syariah dalam produk gadai emas sudah wajar dan sesuai.				
15	Kemudahan dalam Pencairan Dana	Saya merasa sangat mudah dalam melakukan pencairan dana dari produk gadai emas Pegadaian Syariah.				
16	Kesesuaian antara Nilai Jaminan dan Jumlah Pinjaman	Nilai jaminan yang saya berikan sebanding dengan jumlah pinjaman yang saya terima dari Pegadaian Syariah.				
17	Kondisi Pendapatan atau Keuangan Pribadi Nasabah	Saya merasa bahwa kondisi keuangan saya memungkinkan untuk menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah.				
KEPUASAN NASABAH (Y)						
18	Faktor Psikologi	Faktor psikologi, seperti kepercayaan terhadap Pegadaian Syariah, sangat memengaruhi keputusan saya dalam menggunakan produk gadai emas				
19	Faktor Sosial	Pengaruh keluarga dan teman sangat memengaruhi keputusan saya untuk menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah.				
20	Faktor Ekonomi	Faktor ekonomi, seperti biaya administrasi dan kemudahan pencairan dana, sangat memengaruhi keputusan saya dalam menggunakan produk gadai emas Pegadaian Syariah.				

Lampiran 2 . Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-3965/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

26 Juni 2025

Yth. BUPATI PINRANG
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KAB. PINRANG

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RESKY SYAPUTRA
Tempat/Tgl. Lahir : PAREPARE, 09 Desember 2003
NIM : 2120203862201018
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : KELURAHAN LAPADDE, KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah BUPATI PINRANG dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS PADA PT PEGADAIAN SYARIAH UPS WATANG SAWITTO KABUPATEN PINRANG

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 26 Juni 2025 sampai dengan tanggal 26 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Lampiran 3. Izin Penelitian Dinas Penanaman Modal Kabupaten Pinrang



PEMERINTAH KABUPATEN PINRANG
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
UNIT PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Jend. Sukawati Nomor 40. Telp/Fax : (0421)921695 Pinrang 91212

**KEPUTUSAN KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KABUPATEN PINRANG**
 Nomor : 503/0397/PENELITIAN/DPMPTSP/07/2025

Tentang

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Menimbang : bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 01-07-2025 atas nama RESKY SYAPUTRA, dianggap telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan sehingga dapat diberikan Surat Keterangan Penelitian.

Mengingat : 1. Undang - Undang Nomor 29 Tahun 1959;
 2. Undang - Undang Nomor 18 Tahun 2002;
 3. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2007;
 4. Undang - Undang Nomor 25 Tahun 2009;
 5. Undang - Undang Nomor 23 Tahun 2014;
 6. Peraturan Presiden RI Nomor 97 Tahun 2014;
 7. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 terkait Pemberitaan Surat Keterangan Penelitian;
 8. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014;
 9. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 48 Tahun 2016; dan
 10. Peraturan Bupati Pinrang Nomor 38 Tahun 2019.

Memperhatikan : 1. Rekomendasi Tim Teknis PTSP : 0557/R/T.Teknis/DPMPTSP/07/2025, Tanggal : 01-07-2025
 2. Berita Acara Pemeriksaan (BAP) Nomor : 0408/BAP/PENELITIAN/DPMPTSP/07/2025, Tanggal : 01-07-2025

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

KESATU : 1. Nama Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
 2. Alamat Lembaga : Jl. Amal Bakti No. 8 Soroang Parepare
 3. Nama Peneliti : RESKY SYAPUTRA
 4. Judul Penelitian : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang

5. Jangka waktu Penelitian : 1 Bulan
 6. Sasaran/target Penelitian : Nasabah PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang
 7. Lokasi Penelitian : Kecamatan Watang Sawitto

KEDUA : Surat Keterangan Penelitian ini berlaku selama 6 (enam) bulan atau paling lambat tanggal 01-01-2026.

KETIGA : Peneliti wajib mentaati dan melakukan ketentuan dalam Surat Keterangan Penelitian ini serta wajib memberikan laporan hasil penelitian kepada Pemerintah Kabupaten Pinrang melalui Unit PTSP selambat-lambatnya 6 (enam) bulan setelah penelitian dilaksanakan.

KEEMPAT : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Pinrang Pada Tanggal 01 Juli 2025



Biaya : Rp 0,-



Ditandatangani Secara Elektronik Oleh :
ANDI MIRANI, AP., M.Si
 NIP. 197406031993112001
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
 Selaku Kepala Unit PTSP Kabupaten Pinrang







DPMPTSP

Lampiran 4. Surat Keterangan Selesai Meneliti



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Bakri

Jabatan : Pengelolah Unit

Unit kerja : Unit Pegadaian Syariah Watang Sawitto

Alamat kantor : JL. Jendral Sudirman No. 118, Pinrang, Sulawesi Selatan

Menerapkan bahwa :

Nama : Resky Syaputra

Nim : 2120203862201018

Program studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (Institut Agama Islam Negeri Parepare

Judul skripsi :ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK
GADAI EMAS PADA PT PEGADAIAN SYARIAH UPS WATANG
SAWITTO KABUPATEN PINRANG

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di PT. Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang pada tanggal 06 November 2025 s/d 12 Desember 2025

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 6 November 2025

Pegadaian
Pengelola Unit

Lampiran 5: Hasil Uji Analisi Data

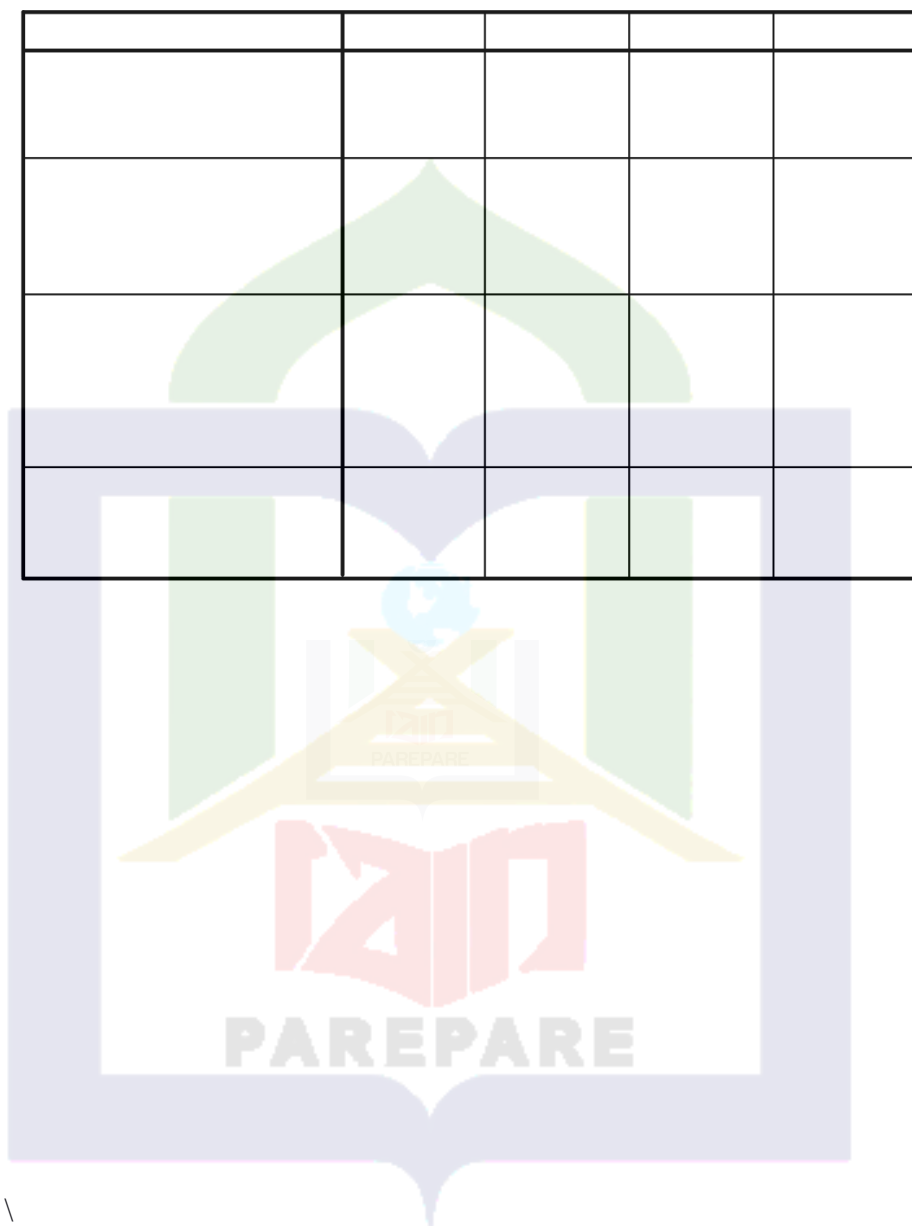
[illegible]

a Resp onde n	us Kela min	s i a	ker jaa n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0
Nur Aziz	Pere mpu a	3 1	IR T	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
Juma rian	Pere mpu a	3 9	Gu ru	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3
Mus dalif	Pere mpu a	3 5	IR T	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4
Fitri Sa	Pere mpu a	3 0	Wi ras wa s	4	4	4	2	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Her miah	Pere mpu a	4 2	IR T	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
Resk isar	Pere mpu a	2 6	PN S	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
HJ Ami na	Pere mpu a	3 6	Wi ras wa s	2	4	3	2	4	4	3	3	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3
Must ika	Pere mpu a	2 6	IR T	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
Sahr uni	Pere mpu a	4 1	IR T	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4
Sri Wah y	Pere mpu a	3 6	Wi ras wa s	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3
Faiza h S	Laki -lak	3 8	Ma hasi sw	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2
Dr. Muju Pand	Pere mpu a	2 0	Pe ga wa i	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3
	Laki	4	M	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3

Mujur Pr	Pere mpu a	4 3	Ib u Ru ma	3	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	4	3	2	4	4	4	3	3	3
Ciao bell	Pere mpu a	2 7	Pet ani	4	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4
drg. Jag	Pere mpu a	5 9	Pet ani	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	3	3	4
Juli Lat	Pere mpu a	4 4	Ib u Ru ma	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4
Pad mi Nu	Pere mpu a	4 6	Ib u Ru ma	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
Mari a Mu	Pere mpu a	5 8	Wi ras wa s	4	4	2	3	2	4	3	4	4	2	4	2	3	4	4	3	4	3	4	4
Dam ar Ha	Pere mpu a	2 1	M ah asi sw	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
Diah Saf	Laki -lak	2 1	PN S	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3
T. Mara s	Laki -lak	4 5	PN S	4	2	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4
drg. Lem	Laki -lak	4 1	Ib u Ru ma	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
Nrim a Nu	Laki -lak	2 5	Pe ga wa i	4	4	3	3	3	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
Virm an A	Laki -lak	2 5	Ib u Ru ma	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	4	3
Tgk. Cal	Pere mpu a	2 3	Pet ani	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4

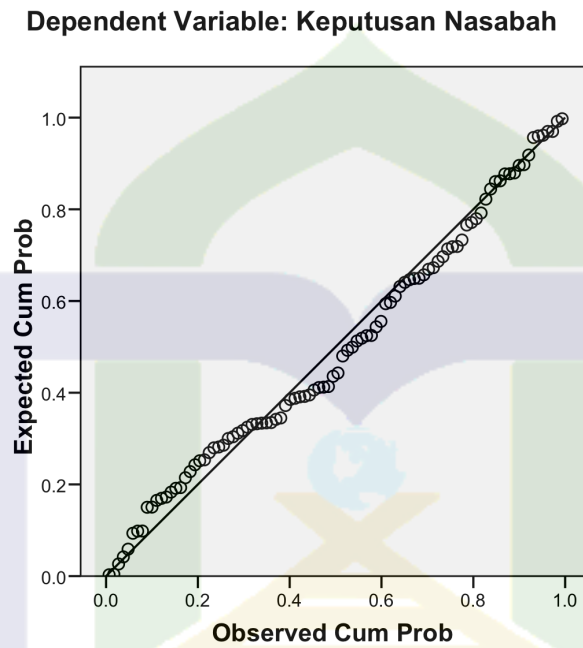
Elon Pra	Laki-lak	38	Wiras	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3
Jama lia	Pere mpu a	37	Mah asi sw	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	3	4
Devi Pra	Laki-lak	44	Ib u Ru ma	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
Ano m Man	Laki-lak	36	Wiras	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	2	3
Rend y La	Pere mpu a	45	PN S	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	4
Jama l Na	Pere mpu a	54	Pe ga wa i	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4
Ciao bell	Pere mpu a	58	PN S	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3
Mum puni	Pere mpu a	29	Pet ani	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3
Ayu Mah e	Laki-lak	54	Pet ani	4	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4
Fitria ni	Laki-lak	50	PN S	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4
Zami ra Z	Pere mpu a	22	Wiras	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4
R.M. Jat	Laki-lak	43	Mah asi sw	3	3	2	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
R.M. Pra	Laki-lak	50	Ib u Ru ma	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4

Dt. Rahm	Perempua	50	Mahasiswa	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3
R. Usman	Laki-lak	46	Pegawai	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4
Dacin Ma	Laki-lak	22	Mahasiswa	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	4	4	3	3	4
Febi Win	Laki-lak	46	Petani	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
Gara Rah	Perempua	56	Ibu Rumah	3	2	3	3	3	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
Virman H	Perempua	40	Petani	4	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3
drg. Cay	Laki-lak	47	Mahasiswa	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	3
Safina P	Laki-lak	47	PN S	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4
Sutan Ga	Laki-lak	26	PN S	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	3
Sutan Op	Laki-lak	53	Wiras	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4
Yulia Wi	Laki-lak	32	Ibu Rumah	3	4	2	4	2	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4
Gantar P	Laki-lak	44	PN S	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3
KH. Kenz	Perempua	49	Ibu Rumah	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
Kamila H	Laki-lak	38	Petani	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
Tgk.	Pere	4	M	3	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4



Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

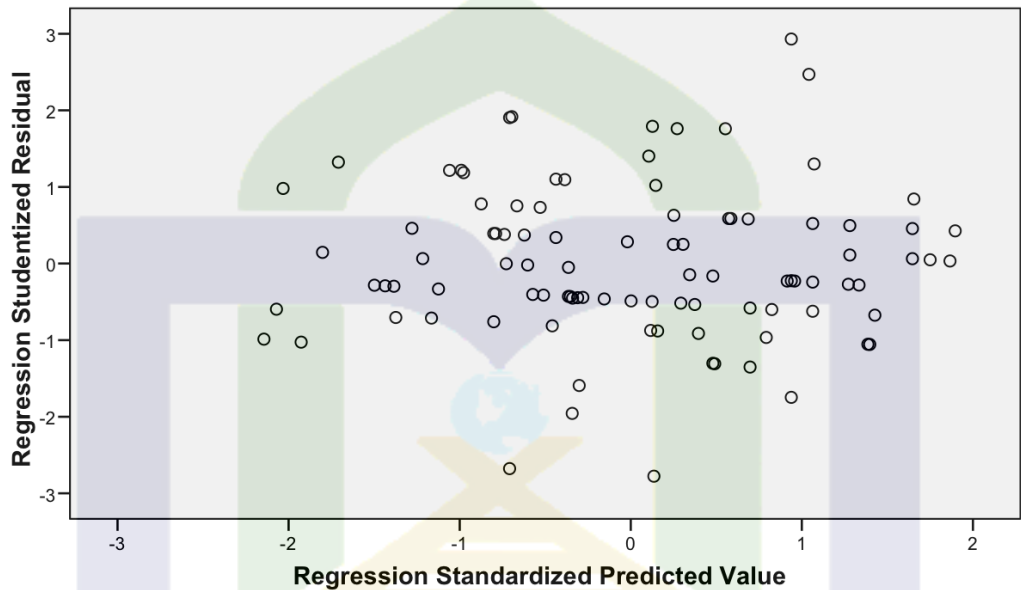


Uji Heteroksiditas

Uji Multikolonieritas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Nasabah



Uji Analisis

Lampiran 6: Dokumentasi









BIODATA PENULIS



Resky Syaputra. Peneliti lahir di Parepare tanggal 09 Desember 2003. Anak ketiga dari 3 bersaudara. Peneliti adalah anak dari pasangan wafir dan Hj. Andi heriyanti. Penulis bertempat tinggal di JL. Jendral Ahmad Yani pintu 1, Kelurahan Lapadde, Kecamatan Ujung, Kota Parepare. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu memulai pendidikan di SD 20 Negeri Parepare, setelah pendidikan di Sekolah Dasar, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Parepare. Kemudian, melanjutkan pendidikannya di SMAN 4 Parepare. Dan penulis kembali melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi di IAIN Parepare dengan mengambil program studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyelesaikan skripsi berjudul Analisis pengaruh faktor faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada PT Pegadaian Syariah UPS Watang Sawitto Kabupaten Pinrang