

**PENGARUH KEYAKINAN, LOKASI, TARIF DAN PELAYANAN  
TERHADAP PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK  
PEGADAIAN SEGMENT SYARIAH  
(Studi Pada Nasabah Pegadaian Syariah Kota Tangerang Selatan)**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan**

**Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun Oleh:**

**Reza Aditya Nugroho**

**165020507111029**



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**JURUSAN ILMU EKONOMI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

**MALANG**

**2020**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Reza Aditya Nugroho

Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 13 November 1997

NIM : 165020507111029

Jurusan : S1 Ilmu Ekonomi

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Alamat : Jalan Kumis Kucing Dalam No 5A

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa SKRIPSI yang berjudul:

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah (Studi Pada Nasabah Pegadaian Syariah Kota Tangerang Selatan)

yang saya tulis adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau saduran dari skripsi orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, aka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabutnya predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya)

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 29 Oktober 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Nugroho Suryo Bintoro, SE., M.Ec.Dev.

NIP 198608012015041004



Yang membuat pernyataan,

Reza Aditya Nugroho

165020507111022

Mengetahui,

Ketua program studi



Dr. Sri Mujaningsing, SE., MSP.

NIP 196104111986012001



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

" Pengaruh Keyakinan, Lokasi, Tarif, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah Dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah (Studi Pada Nasabah Pegadaian Syariah Kota Tangerang Selatan)"

Yang disusun oleh :

Nama : Reza Aditya Nugroho  
NIM : 165020507111029  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **23 November 2020** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Nugroho Suryo Bintoro, SE., M.Ec.Dev., Ph.D.

NIP. 198608012015041004

(Dosen Pembimbing)



2. Ajeng Kartika Galuh, SE., ME.

NIP. 2012018512212001

(Dosen Penguji I)



3. Dr. Dra. Asfi Manzilati, ME.

NIP. 196809111991032003

(Dosen Penguji II)



Malang, 23 November 2020

Ketua Program Studi

Ekonomi Islam ,



Dr. Sri Muljaningsih, SE., MSP.  
NIP. 196104111956012001



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Pegadaian.....	10
2.1.1 Pengertian Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	11
2.1.2 Landasan Hukum Gadai Syariah.....	12
2.1.3 Rukun dan Syarat Gadai.....	13
2.1.4 Produk Pegadaian Segmen Syariah.....	14
2.1.5 Kelebihan dan Kekurangan Produk Gadai.....	16
2.2 Tinjauan Teori.....	17
2.2.1 Teori Preferensi dan Kurva Indiferens.....	17
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi.....	19
2.2.3 Fungsi Konsumsi dan Tabungan.....	23
2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
2.4 Kerangka Pikir.....	32
2.5 Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	34
3.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2 Waktu dan Tempat.....	34
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian.....	34
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6 Analisis Data.....	39
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39



	iii
3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif .....	40
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	40
3.6.3.1 Uji Normalitas .....	41
3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas .....	41
3.6.3.3 Uji Multikolinieritas .....	41
3.6.4 Regresi Linier Berganda .....	42
3.6.5 Uji Hipotesis .....	42
3.6.5.1 Uji F .....	42
3.6.5.2 Uji T .....	43
3.6.5.2 Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	43
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	45
4.1.1 Karakteristik Responden .....	45
4.1.2 Hasil dan Jawaban Responden .....	53
4.2 Hasil Analisis .....	57
4.2.1 Uji Reliabilitas .....	57
4.2.2 Uji Validitas .....	58
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
4.2.3.1 Pengaruh Keyakinan, Lokasi, Tarif, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah .....	62
4.2.3.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	63
4.2.3.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	64
4.2.3.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
4.2.4 Uji Asumsi Klasik .....	66
4.2.4.1 Uji Multikolinieritas .....	66
4.2.4.2 Uji Normalitas .....	67
4.2.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	68
4.2.5 Pembahasan .....	69
4.2.5.1 Pengaruh Keyakinan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah .....	69
4.2.5.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah .....	70



iv

4.2.5.3 Pengaruh Tarif Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih  
Produk Pegadaian Segmen Syariah ..... 71

4.2.5.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih  
Produk Pegadaian Segmen Syariah ..... 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN ..... 74

5.1 Kesimpulan ..... 74

5.2 Saran ..... 75

DAFTAR PUSTAKA ..... 76

LAMPIRAN ..... 80



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Perbandingan Nasabah Produk Gadai Syariah dan Konvensional ..... 3

Gambar 1.2 Perbandingan Nasabah Produk Mikro Fidusia Syariah dan Konvensional ..... 4

Gambar 1.3 Perbandingan Tren Pertumbuhan Nasabah Produk Mikro Fidusia Syariah dan Konvensional ..... 5

Gambar 1.4 Perbandingan Tren Pertumbuhan Nasabah Produk Mikro Fidusia Syariah dan Konvensional ..... 6

Gambar 2.1 Kurva Indiferens ..... 19

Gambar 2.2 Kurva Konsumsi dan Tabungan ..... 24

Gambar 2.3 Kerangka Pikir ..... 32



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 28

Tabel 3.1 Definisi Operasional..... 35

Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 45

Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia..... 46

Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Tempat Tinggal..... 46

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Agama..... 48

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan..... 48

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan ..... 49

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Status Pernikahan ..... 50

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Status Rumah Tangga..... 50

Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Prouduk Jasa yang Digunakan ..... 51

Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.... 52

Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Keyakinan ..... 53

Tabel 4.12 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi..... 54

Tabel 4.13 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tarif ..... 54

Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan ..... 55

Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Preferensi..... 56

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas ..... 58

Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas Variabel Keyakinan ( $X_1$ )..... 59

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )..... 59

Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas Variabel Tarif ( $X_3$ )..... 60

Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan ( $X_4$ )..... 60

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi ( $Y$ )..... 61

Tabel 4.22 Estimasi Regresi Linear Berganda ..... 62

Tabel 4.23 Hasil Uji t..... 63

Tabel 4.24 Hasil Uji F..... 65

Tabel 4.25 Hasil  $R^2$ ..... 65

Tabel 4.26 Hasil Uji Multikolinieritas ..... 66

Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas..... 67

Tabel 4.28 Hasil Uji Heterokedastisitas..... 68



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	80
Lampiran 2 Uji Reabilitas .....	86
Lampiran 3 Uji Validitas .....	88
Lampiran 4 Uji Regresi Linear Berganda .....	90
Lampiran 5 Asumsi Klasik .....	91



6. Bapak Nugroho Suryo Bintoro, SE., M.Ec.Dev. selaku Dosen Pembimbing yang dengan sangat sabar memberikan banyak pelajaran, masukan, nasehat, serta meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, khususnya dosen dan staff jurusan Ilmu Ekonomi yang telah menjadi panutan penulis dalam bersikap, serta membagi wawasan dan pengalamannya, baik di dalam maupun di luar perkuliahan.

8. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga sukses selalu.



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Secara umum lembaga keuangan terdiri dari lembaga keuangan bank dan bukan bank. Lembaga keuangan pada dasarnya memiliki fungsi mentransfer dana-dana (*loanable funds*) dari penabung atau unit surplus (*lenders*) kepada peminjam (*borrowers*) atau unit devisit. Baik lembaga keuangan bank dan bukan bank memiliki peran yang penting dalam aktifitas perekonomian. Lembaga keuangan memiliki peran yang strategis sebagai wadah yang mampu menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Wiwoho, 2014: 88).

Salah satu contohnya adalah pegadaian. Pegadaian merupakan salah satu jenis lembaga keuangan bukan bank yang memberikan pinjaman dengan persyaratan menyerahkan barang jaminan.

Pegadaian dibentuk guna mengurangi keterlibatan nasabah pada rentenir selain itu juga untuk memfasilitasi masyarakat yang belum bisa mengakses pinjaman di bank lantaran tidak memenuhi persyaratan atau *bankable*. Bagi sebagian orang yang memiliki harta yang dapat dijadikan agunan maka pegadaian dapat dijadikan pilihan, sebab transaksi gadai aman, legal dan terlembaga. Saat ini, hanya ada satu perusahaan milik pemerintah yang beroperasi di industri pegadaian, yaitu PT. Pegadaian (Persero). PT. Pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam pemberian kredit berbasis gadai. Dalam bisnis pegadaian tidak hanya

terdapat produk berbasis gadai, tetapi juga terdapat jenis produk lain seperti kredit mikro berbasis fidusia, perdagangan emas dan jasa lainnya (OJK, 2014: 34). Namun yang menjadi bisnis inti dalam pegadaian adalah produk kredit berbasis gadai dan mikro fidusia (*Annual Report Pegadaian*, 2011: 75).

Seiring berkembangnya industri keuangan syariah seperti hadirnya perbankan, pasar modal, lembaga keuangan non bank seperti asuransi yang berbasis syariah, maka layanan gadai pun juga dipandang perlu memiliki layanan yang berbasis syariah. Karena dalam gadai konvensional dianggap mengandung riba karena terdapat sewa modal (bunga) dalam praktiknya. Pegadaian syariah hadir sebagai salah satu solusi bagi seluruh masyarakat dan umat muslim yang ingin mendapatkan pinjaman dana dengan prosedur pelayanan yang mudah, aman, cepat dan berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah.

Dalam sejarahnya sebelum terdapat pegadaian syariah, produk gadai syariah sendiri merupakan bagian dari produk perbankan syariah. Namun barang yang dapat digadaikan hanya berupa emas saja. Kemudian pegadaian melakukan kerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk membuka layanan khusus gadai berbasis syariah yang dinamakan pegadaian syariah pada 13 Januari 2003 (Darojah, 2005: 3).

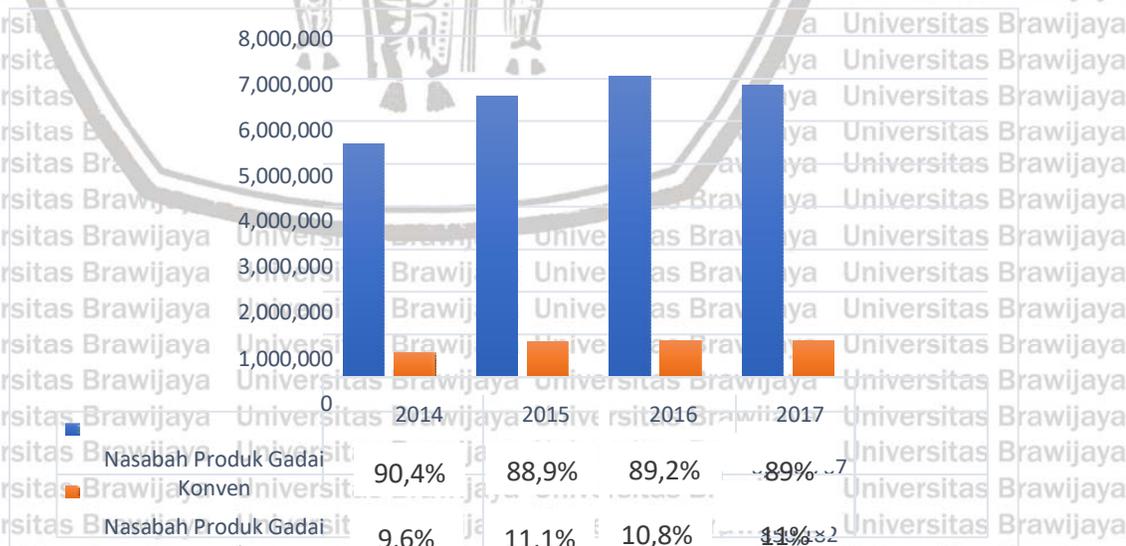
Hadirnya produk gadai syariah ini dilandasi oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI No.26/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn* Emas, Fatwa No.25/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn*, Fatwa No.68/DSN-MUI/III/2008 Tentang *Rahn Tasjily* dan Fatwa No.2/DSN-MUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan yang Disertai *Rahn*. Menurut Fatwa DSN MUI, *rahn* adalah menahan barang sebagai jaminan atas utang.

Salah satu dasar hukum dari *rahn* adalah sebuah hadist Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi wa sallam* yang berbunyi:

"*Sesungguhnya Rasulullah shallallahu alaihi wassalam pernah membeli makanan dengan berutang dari seorang Yahudi, dan Nabi menggadaikan sebuah baju besi kepadanya.*" (Muttafaq alaih).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. *State of The Islamic Economic Report 2018/19* menyebutkan bahwa penduduk Muslim di Indonesia mencapai 87,18% dari total penduduknya. Dengan banyaknya penduduk Muslim menjadikan Indonesia berpotensi menjadi pangsa pasar bagi lembaga keuangan syariah yang sangat besar (Kemenkeu, 2019: 17). Namun potensi tersebut belum terlihat pada pegadaian syariah, dimana pangsa pasar produk pegadaian segmen konvensional ternyata jauh lebih besar dibandingkan dengan produk pegadaian segmen syariah. Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 dan 1.2 dibawah ini:

Gambar 1.1 : **Perbandingan Nasabah Produk Gadai Syariah dan Konvensional**



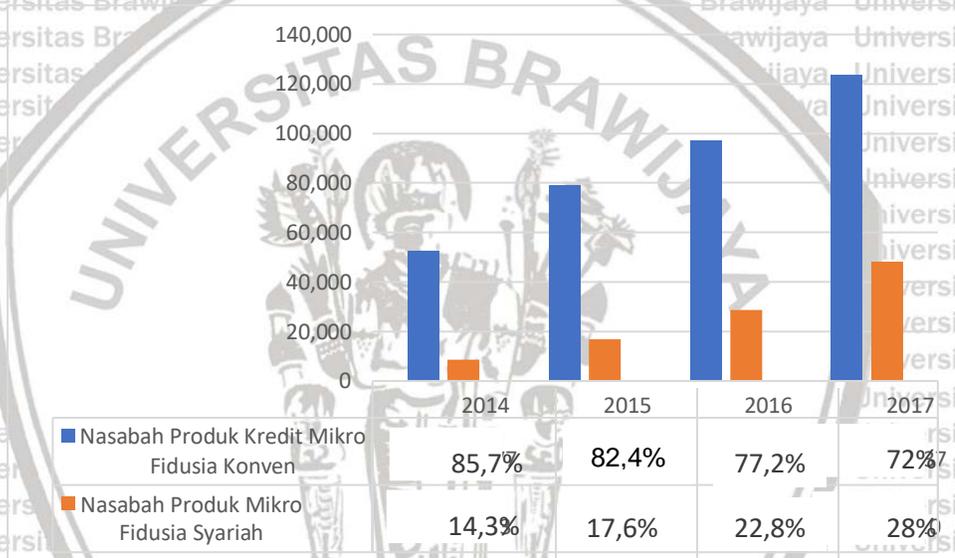
Sumber: *Annual Report* Pegadaian (diolah), 2020

Pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa perbedaan jumlah nasabah produk gadai konvensional jauh lebih unggul dibanding dengan pegadaian syariah.

Perbandingan pangsa pasar produk gadai konvensional dan syariah sangat timpang.

Ketimpangan terbesar terjadi pada tahun 2014 yaitu dengan perbandingan 90,4% pada produk gadai konvensional dan 9,6% pada produk gadai syariah.

**Gambar 1.2 : Perbandingan Nasabah Produk Mikro Fidusia Konvensional dan Syariah**

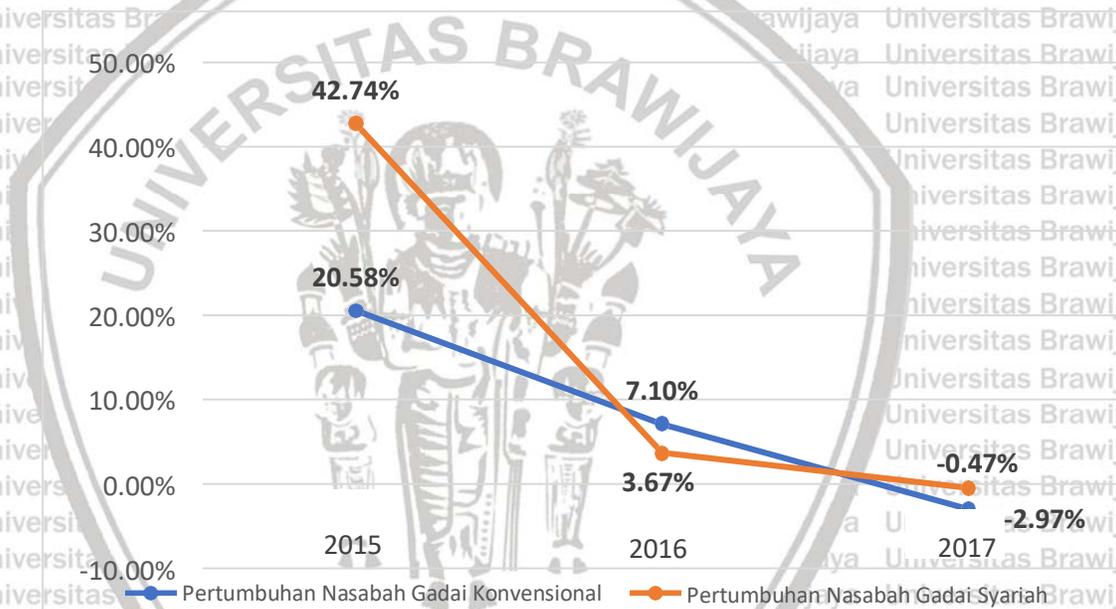


Sumber: *Annual Report* Pegadaian (diolah), 2020

Berikutnya pada gambar 1.2 adalah perbandingan nasabah kredit mikro fidusia konvensional dan syariah. Pada produk ini juga terjadi ketimpangan jumlah nasabah walaupun tidak setimpang antara produk gadai syariah dan konvensional. Untuk produk kredit mikro fidusia perbedaan yang paling mencolok terjadi pada tahun 2014 dimana perbandingan jumlah nasabah yang menggunakan produk kredit mikro fidusia konvensional mencapai 85,7% sedangkan nasabah produk kredit mikro syariah hanya 14,3%.

Dari penjelasan gambar 1.1 dan 1.2 menunjukkan bahwa jumlah nasabah produk pegadaian segmen syariah baik itu produk gadai syariah maupun produk kredit mikro fidusia jauh lebih sedikit dibandingkan dengan produk pegadaian segmen konvensional. Sehingga dapat dikatakan bahwa pangsa pasar produk pegadaian segmen konvensional lebih besar dibandingkan dengan produk pegadaian segmen syariah.

**Gambar 1.3 : Tren Pertumbuhan Nasabah Produk Gadai Syariah dan Konvensional**

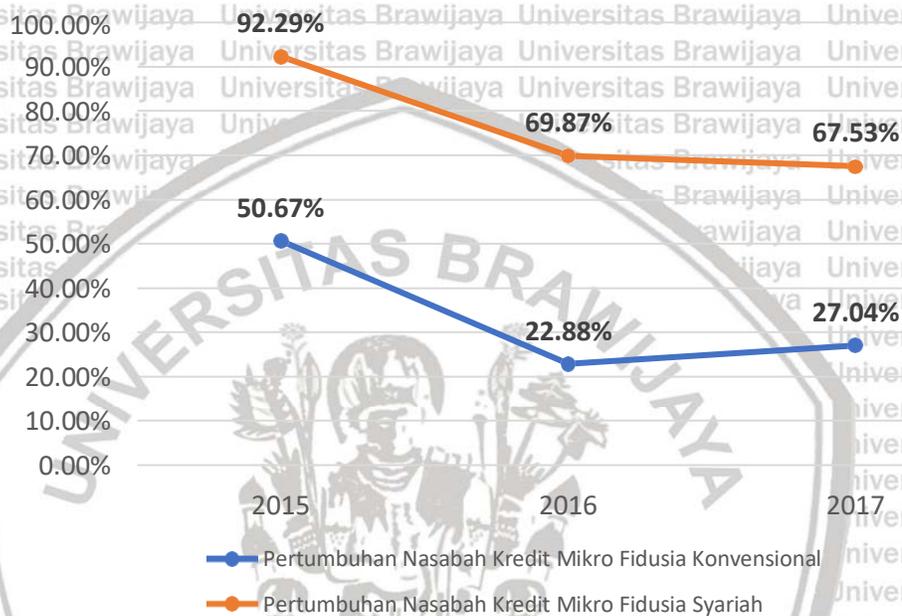


Sumber: *Annual Report* Pegadaian (diolah), 2020

Pada gambar 1.3 dapat diketahui bahwa tren pertumbuhan nasabah produk gadai syariah lebih unggul dari produk gadai konvensional. Pada tahun 2015 pertumbuhan nasabah produk gadai syariah mencapai 42,74% lebih tinggi dari pada konvensional yang hanya mencapai 20,58%. Walaupun tren keduanya sama-sama menurun dan pada tahun 2016 produk gadai konvensional sempat lebih unggul dari produk gadai syariah. Namun pada tahun 2017 penurunan tren pertumbuhan nasabah produk

pegadaian syariah lebih kecil yaitu hanya -0,47% dibanding dengan konvensional yaitu -2,97%.

**Gambar 1.4 : Tren Pertumbuhan Nasabah Produk Kredit Mikro Fidusia Syariah Dan Konvensional**



Sumber: *Annual Report Pegadaian (diolah)*, 2020

Pada gambar 1.4 dapat diketahui bahwa tren produk kredit mikro fidusia syariah mengalami penurunan dari tahun 2015 hingga 2017. Sedangkan tren pertumbuhan nasabah produk kredit mikro fidusia konvensional pada tahun 2015 hingga 2016 mengalami penurunan dan kembali naik pada tahun 2017. Namun persentase pertumbuhan produk kredit fidusia syariah lebih unggul dibandingkan dengan produk konvensional walaupun trennya mengalami penurunan dari tahun 2015 hingga 2017.

Dari gambar 1.1 hingga 1.4 dapat ditarik kesimpulan bahwa walaupun pangsa pasar produk pegadaian segmen syariah masih lebih kecil dibanding dengan produk pegadaian segmen konvensional. Akan tetapi bila dilihat dari sisi tren pertumbuhan

nasabah, ternyata produk pegadaian segmen syariah justru lebih unggul dibandingkan dengan produk pegadaian segmen konvensional.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Siti Darojah (2005) menemukan bahwa faktor keyakinan agama menjadi alasan utama responden dalam memilih pegadaian syariah. Artinya responden meyakini bahwa praktik bunga yang terdapat pada produk pegadaian segmen konvensional adalah haram. Hasil penelitian ini juga didukung oleh teori segmentasi pasar yang dikemukakan oleh Gilbert Harrel yang mengatakan bahwa agama menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu produk.

Namun dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Dwihapsari dkk (2019) justru menemukan faktor syariah ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah melakukan kegiatan gadai karena terdesak, sehingga akan menggunakan produk pegadaian apapun selama hal itu terjangkau dan mudah. Hal ini membuat mereka kurang memperhatikan faktor-faktor syariah dalam aktivitas mereka.

Perilaku konsumen yang tidak memperhatikan faktor syariah namun mementingkan benefit ini juga didukung oleh teori segmentasi pasar Gilbert Harrel yang mengatakan bahwa konsumen juga memiliki naluri untuk memilih sesuatu yang memiliki keuntungan untuk dirinya. Dalam hal ini konsumen dikelompokkan sebagai konsumen *rational market*. Mereka memilih sesuatu bukan atas dasar agama, ras, atau kelas sosial lagi namun semata-mata karena adanya keuntungan yang diperoleh (*benefit sought*) (Darojah, 2005: 46-47).

Dengan adanya *research gap* ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam

memilih produk-produk pegadaian segmen syariah sehingga dapat dijadikan acuan bagi pihak pegadaian syariah. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan empat variabel independen yaitu keyakinan, lokasi, tarif dan pelayanan.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Gilbert Harrel keyakinan, lokasi, tarif dan pelayanan mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk. Selain itu beberapa penelitian terdahulu juga pernah menggunakan variabel tersebut. Hal ini mendorong peneliti untuk menggunakan keempat variabel tersebut untuk melihat pengaruhnya terhadap preferensi nasabah pegadaian.

Adapun objek pada penelitian ini, peneliti memilih Kota Tangerang Selatan sebagai objek penelitian. Berdasarkan *Annual Report Pegadaian Tahun 2014*, Kota Tangerang Selatan merupakan kota yang memiliki kantor cabang Syariah terbanyak di Provinsi Banten yaitu sebanyak tiga kantor yang berada di kecamatan Pondok Aren, Pasar Segar dan Ciputat. Dengan demikian peneliti ini menggunakan judul **“PENGARUH KEYAKINAN, LOKASI, TARIF DAN PELAYANAN TERHADAP PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEGADAIAN SEGMENT SYARIAH (Studi Pada Nasaba Pegadaian Syariah Kota Tangerang Selatan).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh keyakinan, lokasi, tarif, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh keyakinan, lokasi, tarif, dan pelayanan terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, manfaat penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat praktis

Bagi instansi terkait yaitu Pegadaian Syariah, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan untuk perencanaan dan rancangan program selanjutnya.

##### 2. Manfaat teoritis

Bagi akademisi, penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut untuk penelitian berikutnya yang berhubungan dengan pegadaian syariah.



## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Pegadaian.

PT. Pegadaian (Persero) atau yang dikenal sebagai pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam pemberian kredit berbasis gadai, pemberian kredit berbasis fidusia, perdagangan emas dan jasa lain - lain, baik secara syariah ataupun konvensional. Pemberian kredit dengan basis gadai dan fidusia merupakan bisnis inti dalam pegadaian dimana masyarakat yang ingin mendapat pinjaman harus memberikan barang jaminan terlebih dahulu. Sedangkan kredit berbasis fidusia juga memerlukan jaminan berupa Surat Bukti kepemilikan Kendaraan Bermotor (BPKB).

Terdapat banyak macam barang yang dapat dijadikan sebagai jaminan untuk mendapatkan kredit di pegadaian. Pada dasarnya barang-barang yang memiliki nilai ekonomis atau menurut daerah tertentu memiliki nilai ekonomis dapat dijadikan barang jaminan (OJK, 2016: 34-35), antara lain:

1. Emas atau berlian.
2. Sepeda, sepeda motor dan mobil.
3. Barang-barang elektronik.
4. Mutiara dan barang berharga lainnya.

Namun tidak semua barang tidak dapat dijadikan barang jaminan untuk mendapatkan kredit di PT. Pegadaian baik karena status kepemilikan ataupun kondisi asal. Barang yang tidak dapat dijadikan jaminan antara lain:

1. Barang-barang milik pemerintah, seperti: kendaraan dinas, inventaris kantor.
2. Barang-barang yang mudah busuk, seperti: makanan, buah-buahan.
3. Barang yang berbahaya dan mudah terbakar, seperti: senjata api, gas.
4. Barang yang sukar ditaksir nilainya, seperti: lukisan, barang antik.
5. Barang yang dilarang peredarannya: narkoba.

### 2.1.1 Pengertian Gadai Syariah (*Rahn*)

Menurut istilah *syara'* definisi *ar-rahn* adalah menahan sesuatu disebabkan adanya hak yang memungkinkan hak itu bisa dipenuhi dari sesuatu tersebut. Maksudnya adalah menjadikan *al-aini* (harta yang barangnya berwujud konkrit) yang mempunyai nilai dalam pandangan *syara'* sebagai *watsiqah* (pengukuhan jaminan) utang, sekiranya barang tersebut dapat digunakan untuk melunasi semua atau sebagian utang yang ada (Nasution, 2016: 96).

Pengertian *rahn* (gadai) menurut Wahbah Al-Zuhaili dari pandangan empat Mazhab (Nasution, 2016: 97 – 98):

a. Ulama Syafi'iyah

*Rahn* adalah menjadikan *al-ain* (barang) sebagai *watsiqah* (jaminan) utang yang barang itu digunakan untuk membayar utang tersebut (*al-marhuun bihi*) ketika pihak *al-madiin* (pihak yang berutang) tidak bisa membayar utang tersebut.

b. Ulama Hanabilah

*Rahn* adalah harta yang dijadikan sebagai *watsiqah* (jaminan) utang yang ketika pihak yang menanggung utang tidak bisa melunasinya, maka utang tersebut dibayar dengan menggunakan harga hasil penjualan harta yang dijadikan *watsiqah* (jaminan) tersebut.

c. Ulama Malikiyyah

*Rahn* adalah sesuatu yang *mutamawwal* (berbentuk harta dan memiliki nilai) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan *watsiqah* (jaminan) utang yang lazim (keberadaannya sudah positif dan mengikat) atau yang akan menjadi lazim.

d. Ulama Hanafiah

*Rahn* adalah menjadikan sesuatu untuk dijamin dan dapat membayar utang tersebut dengan jaminan tersebut.

### 2.1.2 Landasan Hukum Gadai Syariah

Landasan hukum gadai syariah adalah Al-Quran, hadist Nabi Muhammad *Shallallahu Alaihi wa Sallam*, ijma ulama dan Fatwa MUI. Dasar hukum gadai syariah (*rahn*) adalah sebagai berikut:

1. Al-Quran surah Al-Baqarah ayat 283

*“Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”* (QS. Al-Baqarah: 283).

2. Al-Hadist

Dari Aisyah *radhiallahu anha*, ia berkata *“Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli makanan dari seorang Yahudi dengan cara*

menanggihkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan” (HR. Muslim & Muslim).

### 3. Lima Ulama

Para ulama sepakat membolehkan akad Kaidah Fiqh:

“Pada dasarnya segala bentuk muamalat itu boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”.

### 4. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN)

- a. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.25/DSNMUI/III/2002, Tentang *Rahn*.
- b. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.26/DSNMUI/III/2002, Tentang *Rahn* Emas
- c. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.68/DSNMUI/III/2008 Tentang *Rahn Tasjily*
- d. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.92/DSNMUI/IV/2014 Tentang Pembiayaan yang Disertai *Rahn*.

### 2.1.3 Rukun dan Syarat Gadai

Menurut jumhur ulama terdapat empat rukun gadai yaitu:

1. Lafal ijab kabul (*shigat*)
2. Orang yang berakad (*ar-rahin* dan *al-murtahin*)
3. Barang yang digadaikan (*al-marhun*)
4. Utang (*al-marhun bih*)

Ketentuan gadai menurut fatwa DSN MUI tentang *rahn*:

1. *Murtahin* (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua utang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.
2. *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya, *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* kecuali seizin *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.
3. Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
4. Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
5. Penjualan *marhun*
  - a. Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi utangnya.
  - b. Apabila *rahin* tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka *marhun* dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.
  - c. Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan.
  - d. Kelebihan hasil penjualan menjadi milik *rahin* dan kekurangannya menjadi kewajiban *rahin*.

#### 2.1.4 Produk Pegadaian Segmen Syariah

Produk - produk pegadaian syariah yang terdapat pada *website* resmi pegadaian syariah:

#### 1. *Rahn*

*Rahn* merupakan produk pemberian dana dengan jaminan berupa emas perhiasan, emas batangan, berlian, *smartphone*, laptop, barang elektronik lainnya, sepeda motor, mobil atau barang bergerak lainnya. Dalam produk ini tidak terdapat sewa modal namun dikenakan biaya pemeliharaan barang gadai (*mu'nah*) sebesar Rp 2000 sampai dengan Rp 120.000. Jangka waktu pinjaman maksimal empat bulan dan dapat diperpanjang. Pinjaman (*marhun bih*) mulai dari 50 ribu rupiah sampai 200 juta rupiah atau lebih.

#### 2. *Rahn Hasan*

*Rahn Hasan* merupakan produk pemberian dana dengan akad *rahn* mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 500.000 tanpa biaya pemeliharaan (*mu'nah* pemeliharaan) hanya biaya administrasi. Jangka waktu pinjaman hingga 60 hari

#### 3. *Rahn Tasjily Tanah*

*Rahn Tasjily Tanah* merupakan produk pemberian dana dengan akad gadai/*rahn* yang jaminannya berupa bukti kepemilikan tanah atau sertifikat tanah ditujukan kepada Petani dan Pengusaha Mikro. Pinjaman (*marhun bih*) mulai dari Rp 1 juta sampai dengan Rp 200 juta.

#### 4. *Rahn Fleksi*

*Rahn Fleksi* merupakan produk pinjaman dengan jaminan berupa barang bergerak sesuai syariah, bebas biaya administrasi dan diskon biaya titip dan *mu'nah* untuk pinjaman dibawah plafon tertinggi.

#### 5. *Rahn Bisnis*

*Rahn Bisnis* merupakan produk yang ditujukan kepada pemilik usaha dengan jaminan emas batangan atau perhiasan. Pinjaman mulai dari Rp 100 juta hingga 1 miliar.

#### 6. Ar Rahn Untuk Usaha Mikro (ARRUM) BPKB

Arrum BPKB adalah pembiayaan syariah untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor. Pembiayaan berjangka waktu fleksibel mulai dari 12, 18, 24, dan 36 bulan. *Marhun bih* (uang pinjaman) mulai dari Rp 1 juta hingga 400 juta.

#### 7. ARRUM Haji

Arrum haji adalah pembiayaan untuk mendapatkan porsi ibadah haji dengan jaminan emas batangan minimal 3,5 gr atau emas perhiasan berkadar minimal 70 % dengan berat sekitar 7 gram. *Marhun bih* (uang pinjaman) mulai dari Rp 1,9 juta hingga 25 juta dengan jangka waktu angsuran 5 tahun.

#### 8. Amanah

Amanah adalah pemberian pinjaman tanpa jaminan kepada pengusaha mikro/kecil, karyawan internal dan eksternal serta profesional, guna pembelian kendaraan bermotor. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan. Tidak ada sewa modal dalam produk ini namun biaya pemeliharaan motor yaitu  $0,9\% \times$  harga kendaraan dan dibayarkan per bulan. Syarat membayar uang muka Membayar uang muka yang disepakati minimal 10 % untuk Motor dan minimal 20 % untuk mobil. Biaya administrasi Rp 200.000 untuk Mobil dan Rp 70.000 untuk Motor

### 2.1.5 Kelebihan dan Kekurangan Produk gadai

Sebagai institusi yang ditujukan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pegadaian tetap memiliki kelebihan dan kekurangan dibanding dengan lembaga perbankan (Darajah, 2005: 32). Adapun kelebihanannya yaitu:

1. Persyaratannya ringan dan mudah, selain itu prosedurnya juga sederhana

2. Pengajuan pinjaman dapat cair hanya dalam jangka waktu 15 menit
3. Barang yang dapat dijadikan jaminan bervariasi mulai dari emas, kendaraan, elektronik dan barang-barang berharga lainnya
4. Jumlah cicilan tidak ditentukan oleh pihak pegadaian namun sesuai kemampuan nasabah
5. Tempo peminjaman dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modalnya saja atau membayar sebagian cicilan.

Kekurangan pegadaian antara lain:

1. Sewa modal lebih tinggi dibandingkan dengan bunga bank
2. Untuk mendapat pinjaman harus menyerahkan jaminan
3. Adanya penyerahan jaminan sehingga pemanfaatan tidak dapat dinikmati oleh nasabah.

## 2.2 Tinjauan Teori

Teori yang ingin dibahas pada penelitian ini yaitu teori tentang preferensi, kurva indiferens, faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi, fungsi konsumsi, dan tabungan.

### 2.2.1 Preferensi dan Kurva Indiferens

Terdapat tiga sifat dasar preferensi (Karim, 2016: 52) yaitu:

1. Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa individu selalu dapat menentukan hal yang paling disukai antara dua keadaan. Dalam sifat ini individu diasumsikan tidak pernah ragu dalam menentukan pilihan dan sudah mengetahui mana yang baik dan mana yang buruk. Contohnya bila terdapat pilihan produk jasa perbankan syariah dan pegadaian syariah dan keduanya adalah hal yang berbeda maka individu akan dapat menentukan satu diantara kemungkinan seperti berikut ini

- Produk bank syariah lebih disukai daripada produk pegadaian syariah
- Produk pegadaian syariah lebih disukai daripada produk perbankan syariah
- Produk perbankan syariah dan pegadaian syariah sama-sama disukai atau tidak disukai (indiferens)

## 2. Transitivitas (*Transitivity*)

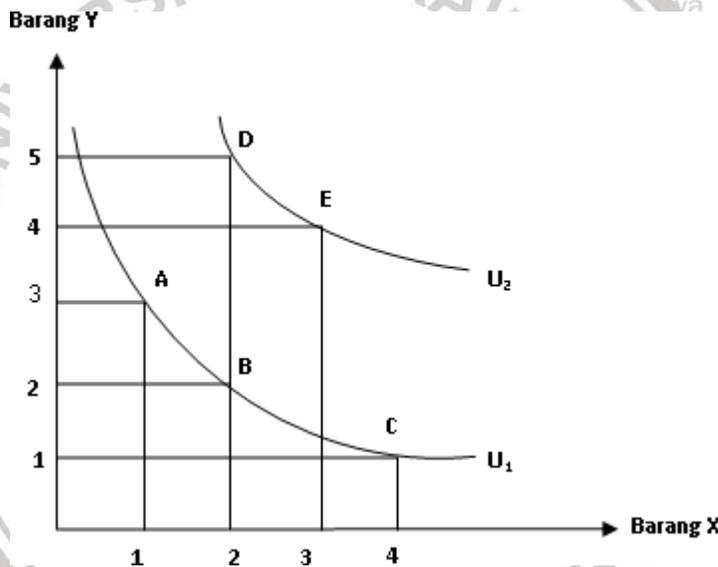
Prinsip ini menerangkan konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihan bila berhadapan dengan alternative pilihan. Contohnya apabila individu mengatakan bahwa “produk perbankan syariah lebih saya sukai daripada produk pegadaian syariah” dan “produk pegadaian syariah lebih saya sukai daripada produk koperasi syariah”, maka individu tersebut akan mengatakan bahwa “produk perbankan syariah lebih saya sukai daripada produk koperasi syariah”. Prinsip ini memastikan bahwa setiap alternatif pilihan individu akan selalu konsisten dalam menentukan preferensinya atas suatu produk dibanding dengan produk lain.

## 3. Kesenambungan (*Continuity*)

Dalam prinsip ini menerangkan bahwa apabila individu mengatakan “saya menyukai produk pegadaian syariah dibandingkan dengan produk perbankan syariah” maka individu tersebut juga akan menyukai produk yang mendekati produk pegadaian syariah dibanding dengan produk B. Contohnya apabila seorang individu menyukai produk pinjaman dengan sistem gadai dibanding dengan hanya pinjaman biasa tanpa gadai, maka setiap jenis dari produk pinjaman dengan sistem gadai apapun akan lebih disukai dari pada hanya pinjaman biasa tanpa gadai

Preferensi konsumen dapat ditampilkan dengan kurva indiferens. Kurva indiferens menunjukkan seluruh kombinasi barang atau jasa yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. Semakin banyak barang yang dapat dikonsumsi, yang berarti semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen (Karim, 2016: 95). Para ekonom juga merumuskan model preferensi individu dengan menggunakan konsep utilitas yang didefinisikan sebagai kepuasan yang diterima seseorang akibat aktivitas yang dilakukannya (Nicholson, 2002: 57).

Gambar 2.1 : Kurva Indiferens



Sumber: Karim (2017)

Pada gambar 2.1 menunjukkan bahwa titik A, B, dan C berada pada tingkat indiferens yang sama sehingga tingkat kepuasan pada titik A sama dengan tingkat kepuasan pada titik B atau C yaitu  $U_1$ , sedangkan titik D dan E memberikan tingkat kepuasan yang sama yaitu  $U_2$ . Kombinasi titik yang berada pada kurva indiferens yang sama memberikan tingkat kepuasan yang sama, sedangkan bila berada pada kurva indiferens yang berbeda maka akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda pula.

Dari gambar 2.1 dapat diketahui bahwa titik A, B, dan C memberikan tingkat kepuasan yang sama, sedangkan titik D dan E memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada A, B, dan C (Karim, 2017: 91-92).

## 2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi

Terdapat banyak hal yang mendasari seorang konsumen dalam memilih suatu produk salah satunya adalah lembaga keuangan. Secara umum, Gilbert D. Harrel membedakan segmentasi pasar dibedakan dalam beberapa hal yaitu (Darajah, 2005: 44 – 48):

### 1. Geografi (*Geography*)

Seseorang akan memilih suatu produk yang secara geografis atau letaknya secara fisik dekat. Misalnya masyarakat yang tinggal di pegunungan tentu berbeda dengan masyarakat yang tinggal di pantai. Masyarakat kota tentu memiliki kebiasaan yang berbeda dengan masyarakat desa.

### 2. Demografi (*Demography*)

Jenis kelamin, pendidikan, usia, pekerjaan dapat mempengaruhi seseorang dalam memilih suatu produk. Mereka yang pekerjaan dengan gaji tinggi mungkin akan memiliki selera yang berbeda dengan orang yang memiliki pekerjaan dengan gaji rendah atau sedang.. Begitu juga selera pria dan wanita kadang berbeda. Contohnya adalah orang yang memiliki pekerjaan wirausaha mungkin akan memilih produk pembiayaan dari pada produk pinjaman konsumtif.

### 3. Keragaman (*Diversity*)

Selain faktor geografi dan demografi, seseorang akan memilih suatu produk biasanya berkaitan dengan komunitasnya. Gilbert menyebutkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi nasabah memilih sebuah produk atau lembaga keuangan yaitu:

a) Agama (*Religion*)

Banyak orang yang memilih suatu produk berdasarkan agama yang diyakini. Misalnya dalam agama Islam dilarang memakan babi sehingga pemeluknya akan menghindari produk yang mengandung babi. Begitupula dalam layanan lembaga keuangan. Dalam Islam dilarang melakukan transaksi yang mengandung riba sehingga menjadikan mereka tidak mau menggunakan produk lembaga keuangan konvensional.

Selain itu untuk memahami pengaruh agama dan perilaku manusia maka dapat digunakan pendekatan orientasi beragama. Orientasi keagamaan mengacu pada seseorang dalam memeluk agamanya. Biasanya didasarkan pada perspektif motivasi intrinsik dan ekstrinsik (Anam, 2016: 83).

b) Ras (*Race*)

Contohnya adalah masyarakat Amerika yang berkulit putih memiliki kebiasaan dan selera yang berbeda dari masyarakat Amerika yang berkulit hitam. Begitu juga dengan warga keturunan Arab dan Cina di Amerika. Biasanya mereka tinggal secara berkelompok karena memiliki kebutuhan yang sama dengan sesama ras atau suku.

c) Kelas Sosial (*Social Class*)

Saat ini lembaga keuangan tidak hanya menyediakan pelayanan untuk kelas atas saja namun juga untuk masyarakat kelas bawah contohnya adalah Pegadaian yang merilis produk KCA Prima dengan bunga 0%. Dengan pangsa pasar pelajar, pekerja buruh, ibu rumah tangga dan lain-lain. Tidak hanya di lembaga keuangan saja namun juga di pelayanan publik lainnya seperti bandara, stasiun kereta juga menyediakan pelayanan kelas ekonomi hingga VIP. Praktik ini menunjukkan bahwa kelas sosial dapat menjadi alasan seseorang memilih suatu produk.

#### 4. Keuntungan yang Dicari (*Benefit Sought*)

Menurut Gilbert konsumen juga memiliki naluri untuk memilih sesuatu yang memiliki keuntungan untuk dirinya. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam kaitannya dengan keuntungan. Dalam hal ini konsumen dikelompokkan sebagai konsumen *rational market*. Mereka memilih sesuatu bukan atas dasar agama, ras, atau kelas social lagi namun semata-mata karena adanya keuntungan yang diperoleh. Faktor-faktor tersebut ialah:

##### a) Akses (*Access*)

Bagi seorang konsumen lokasi untuk membeli suatu produk atau lembaga keuangan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Apakah lokasinya memiliki jarak yang jauh sehingga akan memakan banyak biaya dan waktu. Apakah lokasinya mudah untuk dijangkau atau banyak dijumpai dimanapun merupakan salah satu dasar penentu bagi konsumen untuk melakukan pilihan.

##### b) Pelayanan (*Service*)

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang menentukan konsumen untuk memilih suatu produk. Jika pelayanan yang diterima konsumen baik maka konsumen akan setia untuk menggunakan produk tersebut. Begitupun jika layanannya mengecewakan konsumen pasti akan beralih ke produk lain. Yang menjadi tolak ukur pelayanan adalah bagaimana kualitas produk yang dihasilkan dan bagaimana pelayanan *costumer officer*. Kenyamanan dan ketepatan waktu juga menjadi pertimbangan konsumen.

##### c) Tarif (*Pricing*)

Tarif merupakan salah satu alasan yang rasional bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Bila tarif terlalu mahal konsumen sudah pasti akan meninggalkan produk tersebut. Namun juga terdapat konsumen juga rela

membayar suatu produk dengan tarif yang mahal namun kualitas produk dan pelayanannya sesuai dengan yang diharapkan. Begitupun dalam produk pada lembaga keuangan. Nasabah akan mempertimbangkan biaya administrasi, bunga atau margin, cicilan.

#### d) Behavioristik dan psikografis

Kedua faktor ini tidak memiliki kaitan baik secara rasional (manfaat) atau yang lainnya. Pada kedua faktor ini konsumen menggunakan suatu produk karena sudah terbiasa atau mereka merasa nyaman dan tidak ingin beralih ke produk lain walaupun harga dan kualitasnya lebih baik.

### 2.2.3 Fungsi Konsumsi dan Fungsi Tabungan

Baik konsumsi maupun tabungan pada umumnya dilambangkan sebagai fungsi linear dari pendapatan. Keduanya berbanding lurus dengan pendapatan yang secara umum dirumuskan sebagai berikut:

$$C = f(Y) = C_0 + cY$$

$C_0$  : konsumsi otonom

$c$  : MPC =  $\Delta C / \Delta Y$

Konstanta  $C_0$  menunjukkan konsumsi harus tersedia walaupun pendapatannya nol. Koefisien  $c$  mencerminkan besarnya tambahan konsumsi sebagai akibat adanya tambahan pendapatan, sejumlah tertentu. Dalam bahasa ekonomi,  $c$  adalah *marginal propensity to consume*. Secara grafik,  $c$  merupakan lereng dari kurva konsumsi.

Fungsi tabungan. Fungsi tabungan menjelaskan hubungan antara tabungan dan pendapatan, yang secara umum dirumuskan sebagai:

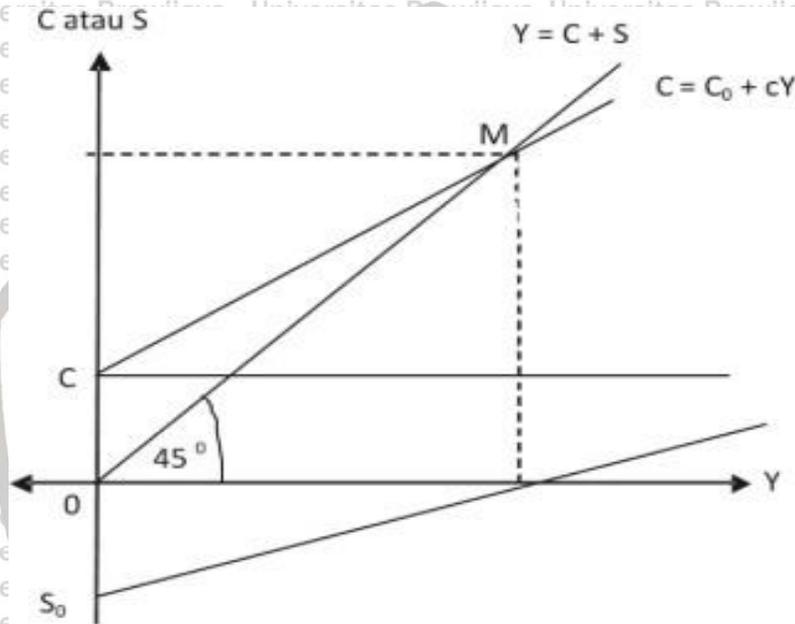
$$S = g = S_0 + sY$$

$S_0$  : tabungan otonom

$s$  : MPS =  $\Delta S / \Delta Y$

Konstanta  $S_0$ , yaitu tabungan otonom (*autonomus saving*), merupakan penggal kurva tabungan vertikal S. Koefisien  $s$  (*marginal propensity to consume*) merupakan lereng dari kurva tabungan. Kurva konsumsi dan kurva tabungan dapat digambarkan secara bersama-sama pada sistem sumbu silang:

Gambar 2.2 : Kurva Konsumsi dan Tabungan



Sumber: Wahyu (2016)

Garis bantu ( $Y = C + S$ ) yang membentuk sudut  $45^\circ$  merupakan penjumlahan grafis kurva C dan kurva S. Setiap titik pada garis bantu ini berjarak sama terhadap terhadap sumbu horizontal maupun vertikal. Berarti setiap titik pada garis ini mencerminkan jumlah yang sama antara Y dan  $C + S$ . Pada titik M terlihat bahwa  $S = 0$ , berarti seluruh pendapatan dialokasikan untuk keperluan konsumsi. Di sebelah kanan titik M, pendapatan lebih besar daripada konsumsi sehingga kelebihan pendapatan dapat ditabung, hal ini tercermin dari positifnya kurva S.

Sedangkan di sebelah kiri titik M pendapatan lebih kecil daripada konsumsi, berarti konsumsi dibiayai bukan dari pendapatan sendiri, melainkan dari sumber lain.

Dalam hal ini tabungan negatif (*dissaving*). Pada titik pangkal 0 (0,0) seluruh konsumsi bahkan bukan dibiayai dari pendapatan, besarnya konsumsi sama dengan tabungan-negatif (Hidayat, 2016: 134-136).

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Darojah Sri Wahyuni (2005) dengan judul "Preferensi Nasabah Pegadaian Syariah Studi Kasus: Kantor Pegadaian Unit Layanan Syariah Jl. Dewi Sartika Jakarta". Hasil penelitian di lapangan, penulis menyimpulkan bahwa responden yang memilih pegadaian syariah mengatakan bahwa keyakinan agama Islam adalah alasan utama mereka, artinya responden meyakini bahwa praktik bunga yang terdapat pada produk pegadaian segmen konvensional adalah haram. Karena itu mereka proaktif dalam menanyakan lokasi pegadaian syariah kepada kantor pegadaian. Selain faktor keyakinan terhadap agama, faktor kualitas pelayanan dan penggunaan dana produktif juga cukup dominan di pegadaian syariah. Adapun jarak tidak menjadi faktor utama, namun hanya menjadi faktor sekunder yang masih bisa diperhitungkan karena peluangnya positif.

Sementara untuk variabel demografi, hanya jenis kelamin saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pegadaian syariah sedangkan variabel agama, pekerjaan, usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan tidak signifikan.

Selain itu peneliti juga menyimpulkan bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh pegadaian syariah masih sangat minim. Hal ini dikarenakan hanya terdapat satu cabang pegadaian syariah saja di Jakarta pada saat itu.

Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh Rindani Dwihapsari, Suryana, and Juliana yang berjudul “Preferensi Konsumen Dalam Memilih Transaksi Gadai di Pegadaian Syariah Padasuka”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor harga yaitu tarif ujarah yang terjangkau dan tidak memberatkan menjadi pertimbangan yang kuat dalam memilih pegadaian syariah.

Berikutnya semakin strategis lokasi pegadaian syariah menjadi alasan bagi nasabah untuk memilih pegadaian syariah semakin meningkat karena lokasi strategis memandu masyarakat dalam efisiensi waktu dan akses yang mudah. Selain itu hanya strategis bahwa itu tidak cukup untuk membuat nasabah mengulangi transaksi di pegadaian syariah. Oleh karena itu untuk mempertahankan loyalitas nasabah perlu adanya fasilitas dan layanan yang baik.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa faktor syariah tidak berpengaruh pada preferensi nasabah dalam memilih pegadain syariah. Secara umum, nasabah melakukan kegiatan gadai dengan alasan kebutuhan mendesak sehingga mereka akan memilih alternatif yang terjangkau dan mudah bagi mereka. Karena alasan-alasan ini, terkadang hal itu membuat pelanggan kurang menyadari faktor-faktor syariah dalam aktivitas mereka. Bahkan, mereka akan terus melakukan transaksi gadai di Pegadaian Syariah KC Padasuka selama biaya yang mereka keluarkan tidak membebani mereka.

Maran Marimuthu dan Indraah Kolandaisamy meneliti mengenai preferensi konsumen terhadap gadai syariah (*Ar-Rahnu*) di Malaysia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agama, pendapatan, aset yang dijanjikan, iklan memiliki dampak yang signifikan terhadap preferensi *ar-rahn*. Penetapan harga juga dianggap sebagai faktor penting dalam gadai syariah. Hal ini dikarenakan nasabah *ar-rahn* juga melibatkan nasabah berpenghasilan rendah.

Untuk variabel pelayanan tidak memiliki pengaruh, hal tersebut dikarenakan nasabah yang tidak memperhatikan pelayanan namun karena pendapatan, harga dan lokasi yang baik mereka memilih toko *Ar-Rahnu*.

Penelitian ini juga menemukan bahwa nasabah lebih menyukai jika lokasi pegadaian jauh dari rumah atau tempat kerja mereka. Hal ini karena mereka tidak ingin dilihat oleh tetangga mereka. Selain itu masyarakat juga memiliki pandangan positif tentang gadai syariah karena gadai syariah dapat menjadi sumber pembiayaan mikro tidak hanya untuk umat muslim saja namun untuk semua segmen masyarakat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Lilis Aristiyani, I Gusti Putu Darya yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah Balikpapan". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah tertarik dengan gadai emas karena produk tabungan memiliki setoran yang murah serta memberikan jaminan keamanan kepada nasabah.

Selain itu juga karena promosi dan kualitas pelayanan juga mendorong nasabah dalam menggunakan tabungan emas pegadaian syariah.

Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Nik Amah dengan judul "Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa *Rahn* dan *Ijarah* Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jika operasional pegadaian syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah secara ideal dan lebih memberatkan dari pegadaian konvensional maka nasabah pun akan berpaling dan tidak memilih jasa *rahn* dan *ijarah* yang ditawarkan pegadaian syariah.

Selain itu penelitian ini juga mendapatkan bahwa nasabah kurang memperhatikan besar kecilnya biaya penyimpanan dan pemeliharaan (*ujrah*) dengan alasan terdesak. Selain itu pelayanan yang memuaskan akan menumbuhkan minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah secara berulang-ulang.

Sebuah lembaga konsultan McKinsey pernah membuat segmentasi pasar lembaga keuangan syariah di Indonesia (Darojah, 2005: 49). Mereka membagi pasar lembaga keuangan menjadi tiga golongan yaitu:

1. *Sharia Loyalist*

*Sharia loyalist* adalah golongan konsumen yang tidak peduli bagaimana pelayanan dan benefit yang ditawarkan oleh lembaga keuangan. Yang paling penting bagi mereka adalah tempat ia bertransaksi tersebut halal seperti tidak terdapat praktik riba. Konsumen dalam golongan ini tidak akan tergiur oleh layanan pegadaian konvensional dengan segala kelebihanannya.

2. *Floating Market*

Konsumen dalam golongan ini tidak melihat halal atau haram pada lembaga tempat mereka bertransaksi. Mereka lebih melihat benefit yang ditawarkan. Konsumen pada golongan ini tidak segan-segan meninggalkan bank syariah jika bank konvensional memberikan bunga yang lebih tinggi dan fasilitas yang baik.

3. *Konvensional Loyalist*

Pasar ini menganggap bahwa lembaga keuangan syariah dan konvensional adalah sama saja. Mereka tidak lagi berbicara apakah praktik riba itu haram atau haram. Yang penting mereka sudah merasakan bahwa pelayanan yang cukup memuaskan di lembaga keuangan konvensional maka mereka tidak akan melirik yang ditawarkan lembaga keuangan syariah.

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun, dan Sumber	Judul	Metode dan Variabel	Hasil
Siti Darojah Sri Wahyuni (2005)	Preferensi Nasabah Pegadaian	Alat Analisis: Regresi Logistik	1. Keyakinan agama menjadi faktor utama pemilihan

Nama, Tahun, dan Sumber	Judul	Metode dan Variabel	Hasil
(Tesis Universitas Indonesia)	Syariah Studi Kasus: Kantor Pegadaian Unit Layanan Syariah Jl. Dewi Sartika Jakarta	<b>Variabel Dependen (Y):</b> Preferensi Nasabah  <b>Variabel Independen (X):</b> 1. keyakinan agama 2. jarak/tempat kerja 3. ongkos ( <i>pricing</i> ) 4. kualitas pelayanan 5. Penggunaan dana 6. Usia 7. Jenis kelamin 8. Pendidikan 9. Agama 10. pekerjaan 11. pendapatan	pegadaian syariah bersama dengan variabel kualitas pelayanan dan penggunaan dana. 2. Untuk faktor demografi hanya gender saja yang signifikan secara statistik
Rindani Dwihapsari, Suryana, dan Juliana (2019) The 2nd International Conference on Islamic	Customer Preferences in Selecting the Pawn Transaction in Pegadaian Syariah Padasuka	<b>Alat Analisis:</b> Analisis Regresi Berganda  <b>Variabel Dependen (Y):</b> Preferensi kostumer  <b>Variabel Independen (X):</b>	1. Secara simultan faktor harga, lokasi dan syariah adalah positif dan memiliki dampak yang signifikan terhadap preferensi konsumen. 2. Secara parsial hanya faktor

Nama, Tahun, dan Sumber	Judul	Metode dan Variabel	Hasil
Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP) Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth" Volume 2019		1. Faktor Harga 2. Faktor Lokasi 3. Faktor Syariah	syariah saja yang tidak memiliki dampak terhadap preferensi konsumen
Maran Marimuthu dan Indraah Kolandaisamy (2017) Global Business and Management Research: An International Journal Vol. 9,	Customers' Preferences on Ar-Rahnu: Exploring the Adoption of the Islamic-Based Pawnshop Using PLS	<b>Alat Analisis:</b> Partial Least Square (PLS)  <b>Variabel Dependen (Y):</b> Preferensi Konsumen\  <b>Variabel Independen (X):</b> 1. Agama 2. Pendapatan 3. Pelayanan Konsumen 4. Sistem harga 5. Aset yang dijamin 6. Iklan 7. Lokasi	1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agama, pendapatan, sistem penetapan harga, aset yang dijamin dan iklan memiliki pengaruh yang positif terhadap preferensi konsumen untuk memilih gada syariah ( <i>Ar-Rahnu</i> ). 2. Penelitian ini juga menemukan bahwa semakin jauh lokasi gadai syariah maka semakin diminati.

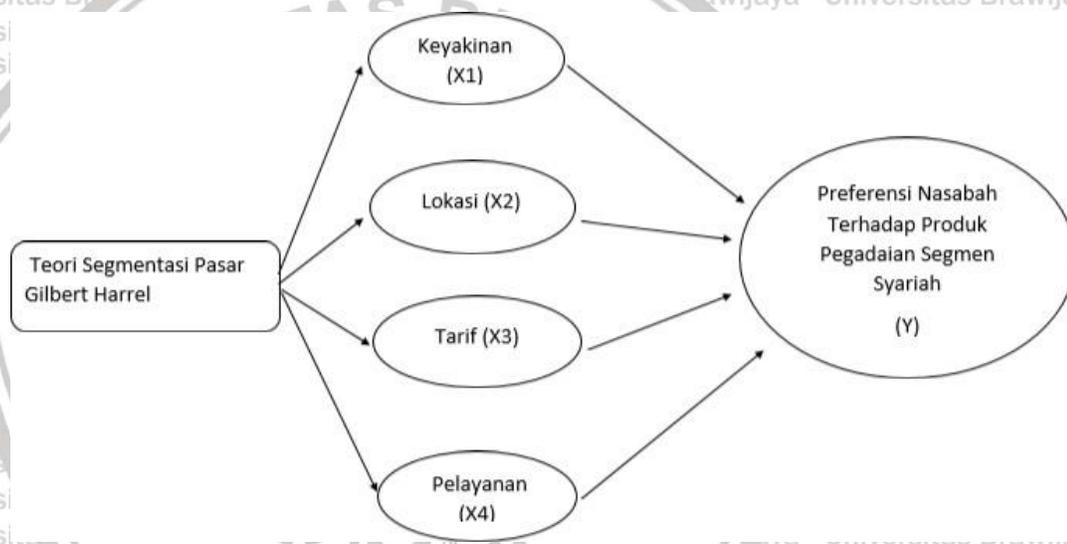
Nama, Tahun, dan Sumber	Judul	Metode dan Variabel	Hasil
Lilis Aristiyani, I Gusti Putu Darya (2018) Jurnal MADANI Vol 1, No.1, Desember 2018	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah Balikpapan	<b>Alat Analisis:</b> Regresi Linier Berganda <b>Variabel Dependen (Y):</b> Keputusan Konsumen <b>Variabel Independen (X):</b> 1. Promosi 2. Produk 3. Kualitas pelayanan	1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial promosi, produk, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan emas pegadaian syariah.
Nik Amah (2017) Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2(2), 2017	Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa <i>Rahn</i> dan <i>Ijarah</i> Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun	<b>Alat Analisis:</b> Regresi Linier Berganda <b>Variabel Dependen (Y):</b> Minat Nasabah <b>Variabel Independen (X):</b> 1. Prinsip Syariah 2. Ujrah 3. Pelayanan	1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip syariah, ujrah, dan pelayanan secara simultan mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa rahn dan ijarah pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun. Namun secara parsial hanya <i>ujrah</i> saja yang tidak berpengaruh

Sumber: Berbagai sumber (diolah), 2020

### 2.4 Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini mencoba untuk melihat apakah variabel keyakinan ( $X_1$ ), lokasi ( $X_2$ ), tarif ( $X_3$ ), dan pelayanan ( $X_4$ ) memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah baik secara parsial maupun simultan. Empat variabel tersebut diambil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Darojah (2005).

Gambar 2.3 : Kerangka Pikir



Sumber: Penulis (2020)

### 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara, belum benar-benar berstatus sebagai tesis. Berikut adalah hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini:

#### 1. Variabel Keyakinan

$$H_0: \beta_1 = 0$$

Tidak terdapat pengaruh antara variabel keyakinan terhadap pilihan nasabah

H1:  $\beta_1 \neq 0$

Terdapat pengaruh antara keyakinan terhadap pilihan nasabah

2. Variabel Lokasi

H0:  $\beta_2 = 0$

Tidak terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap pilihan nasabah

H1:  $\beta_2 \neq 0$

Terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap pilihan nasabah

3. Variabel harga

H0:  $\beta_4 = 0$

Harga tidak menentukan nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah

H1:  $\beta_4 \neq 0$

Harga menentukan nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah

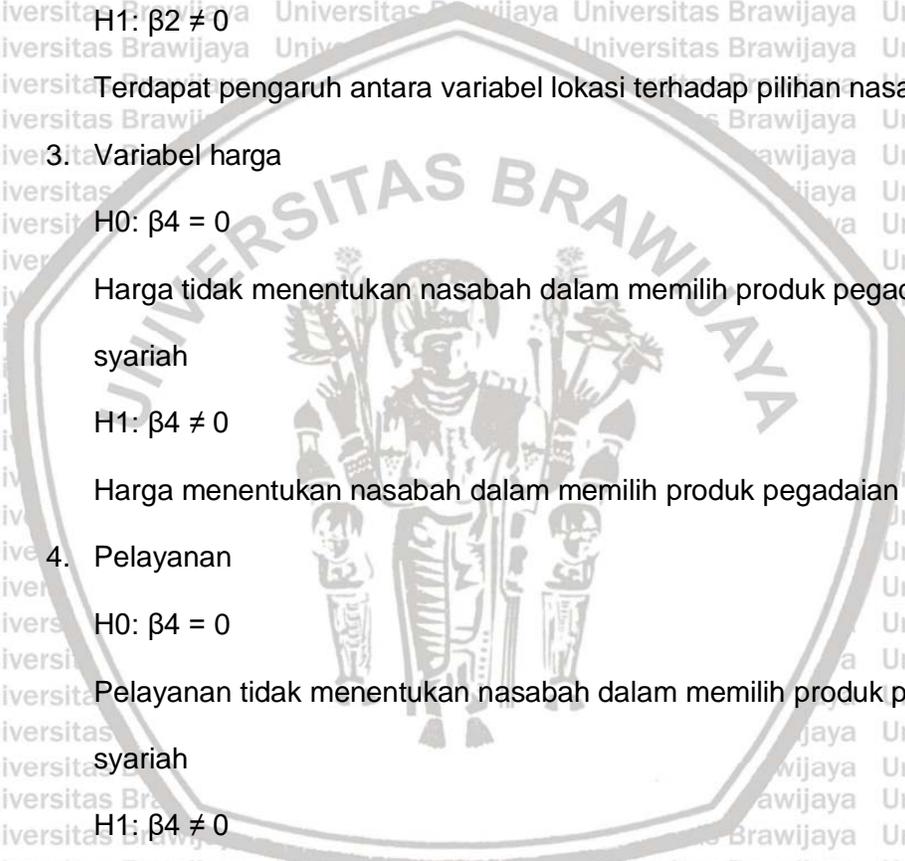
4. Pelayanan

H0:  $\beta_4 = 0$

Pelayanan tidak menentukan nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah

H1:  $\beta_4 \neq 0$

Pelayanan menentukan nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah





### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membandingkan, atau membuat hubungan dengan variabel lain. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang datanya berupa angka (Siregar, 2017: 7 – 8).

### 3.2 Waktu dan Tempat

Waktu pengambilan data dilakukan pada bulan April 2020 dengan estimasi waktu hingga pertengahan Juni 2020. Pengambilan data dilakukan di Kota Tangerang Selatan

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel terikat dengan simbol “Y” dan variabel bebas dengan symbol “X”. Variabel terikat “Y” pada penelitian ini adalah preferensi nasabah terhadap produk pegadaian segmen syariah. Sedangkan untuk variabel bebas “X” terdiri dari keyakinan, lokasi, tarif, dan pelayanan. Pada Tabel 3.1 di bawah ini akan memaparkan mengenai definisi operasional penelitian ini.

Tabel 3.1 : Definisi Operasional

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Preferensi nasabah terhadap produk pegadaian syariah (Y)	Preferensi konsumen adalah pemilihan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi (Aiman, 2017: 147)	1. Pembiayaan pegadaian syariah membantu memenuhi kebutuhan 2. Merasa lebih aman menggunakan produk pegadaian segmen syariah 3. Pencairan dana relatif cepat 4. Persyaratan mudah dan sederhana 5. Jenis barang yang dapat digadaikan bervariasi	Likert
(X <sub>1</sub> ) Keyakinan	Bagian agama atau religi yang berwujud konsep yang menjadi keyakinan (kepercayaan)	1. Produk sesuai dengan prinsip syariah	Likert

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
	para penganutnya	2. Bunga tidak sesuai dengan ajaran agama 3. Produk pegadaian syariah tidak menggunakan bunga 4. Mengikuti ketentuan Fatwa DSN MUI 5. Kehalalan adalah prioritas	
(X <sub>2</sub> ) Lokasi	Lokasi kantor pegadaian syariah	1. Lokasi pegadaian syariah strategis 2. Lokasi pegadaian syariah mudah ditemukan di berbagai lokasi 3. Lokasi pegadaian syariah mudah diakses 4. Lokasi pegadaian syariah dekat	Likert

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		dengan rumah atau tempat kerja 5. Untuk mengakses lokasi pegadaian syariah sekitar 20 menit	
(X3) Tarif	Harga satuan jasa	1. Tarif administrasi terjangkau 2. Tarif sewa terjangkau 3. Tarif pelunasan ringan 4. Tidak ada denda keterlambatan 5. Waktu angsuran Fleksibel	Likert
(X4) Pelayanan	Jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu	1. Pelayanannya baik dan ramah 2. Informasi yang disampaikan jelas	Likert

Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		3. Perhitungan taksiran jelas dan rasional 4. Pegawai pegadaian syariah selalu mempermudah transaksi 5. Staff pegadaian syariah berpenampilan sopan	

Sumber: Berbagai sumber (diolah), 2020

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018: 80). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah yang menggunakan produk pegadaian segmen syariah di Kota Tangerang Selatan.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018: 81). Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sampel *Purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yaitu hanya nasabah yang sedang menggunakan produk pegadaian segmen syariah.

Karena dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka untuk penentuan jumlah sampel menggunakan metode Roscoe. Menurut Roscoe, sampel yang baik berisi antara 30 – 500 subjek. Dalam penelitian multivariat (melibatkan analisis regresi berganda), ukuran sampel harus beberapa kali (sebaiknya 10 kali atau lebih) dari jumlah variabel yang diteliti (Suprpto, 2018: 87). Karena dalam penelitian ini menggunakan lima variabel maka sampel minimal yang dapat digunakan adalah 50 sampel.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber yang bersifat mentah atau belum diolah. Data primer belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah (Tony, 2003: 19). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah survei dengan angket.

### **3.6 Analisis Data**

#### **3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Suatu instrumen dapat dikatakan memiliki tingkat kepercayaan tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap (Tony, 2003: 85).

Sedangkan uji validitas menurut Sekaran (2000) menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya (Tony, 2003: 88).

Cara mengukur reliabilitas yang paling umum adalah dengan menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha diukur dengan uji statistik cronbach alpha. Nilai Cronbach Alpha berkisar antara 0-1, semakin mendekati 1 maka semakin

menunjukkan tingkat konsisten skor. Sekaran (2000: 312) membagi indikator pengukuran reabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

1. 0,8 - 1,0 reliabilitas dapat dikatakan baik
2. 0,6 - 0,799 reliabilitas dapat diterima
3. > 0,6 reliabilitas kurang baik

Sedangkan untuk uji validitas dilihat dengan menggunakan metode korelasi pada *Corrected Item-Total Correlation* yaitu membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  maka pertanyaan dapat dikatakan valid.

### 3.6.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2018: 147).

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi pada model regresi yang menggunakan metode estimasi *Ordinary Least Square (OLS)*. Tujuannya supaya dihasilkan nilai parameter yang sesuai dengan nilai sebenarnya, sehingga nilai parameter tersebut memiliki karakteristik tidak bias, konsisten dan efisien (Wahyudi, 2016: 129).

### 3.6.3.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian dengan *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Kriteria pengujian, yaitu jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data distribusi normal, dan jika signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Amah, 2017: 137).

### 3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas

Permasalahan Heterokedastisitas sebagai akibat dari adanya varian yang tidak minimum dalam model memberikan konsekuensi kesimpulan yang tidak minimum dalam suatu model memberikan konsekuensi hasil kesimpulan yang tidak valid. (Wahyudi, 2016:200). Untuk menguji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Park yaitu dengan mengkuadratkan dan menghitung nilai log residualnya. Jika nilai Sig. lebih besar dari  $\alpha$  maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas. (Andriani, 2017: 65)

### 3.6.3.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ragnar Frish multikolinieritas adalah sebagai suatu keadaan dimana terjadi korelasi linear yang sempurna atau *exact* di antara sebagian atau semua variabel bebas dalam model regresi, sehingga menyulitkan untuk mengidentifikasi variabel bebas dan terikatnya. Untuk mendeteksi apakah terdapat multikolinieritas salah satunya yaitu dapat dilakukan dengan melihat nilai dari *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka model tersebut bebas dari multikolinieritas. Apabila nilai VIF diatas 10 merupakan *warning* keberadaan multikolinieritas (Wahyudi, 2016:137-146).

### 3.6.4 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Dimana

Y = Preferensi Nasabah Terhadap produk pegadaian segmen syariah

X<sub>1</sub> = Keyakinan

X<sub>2</sub> = Lokasi

X<sub>3</sub> = Tarif

X<sub>4</sub> = Pelayanan

$\mu_i$  = Error Term

### 3.6.5 Uji Hipotesis

#### 3.6.5.1 Uji F

Uji F merupakan pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama – sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Haslinda, 2016: 10). Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi:

1. Jika nilai signifikansi (sig.) < probabilitas 0,05 maka artinya variabel keyakinan (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>), tarif (X<sub>3</sub>) dan pelayanan (X<sub>4</sub>) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap pegadaian syariah.
2. Jika nilai signifikansi (sig.) > probabilitas 0,05 maka artinya variabel keyakinan (X<sub>1</sub>), lokasi (X<sub>2</sub>), tarif (X<sub>3</sub>) dan pelayanan (X<sub>4</sub>) secara simultan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap pegadaian syariah.

### 3.6.5.2 Uji T

Uji T atau uji parsial merupakan uji untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Haslinda, 2016: 10). Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi.

1. Jika nilai signifikansi (sig.) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. Jika nilai signifikansi (sig.) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan kemampuan variabel bebas menjelaskan perilaku variabel terikatnya. Semakin besar nilai  $R^2$  suatu model maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikatnya (Wahyudi, 2016: 144 – 145).

**BAB IV**  
**PEMBAHASAN**

**4.1. Hasil Penelitian**

**4.1.1 Karakteristik Responden**

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah purposive sampling.

Sampel Purposive merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Responden pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk pegadaian segmen syariah. Penelitian ini dilakukan di Kota Tangerang Selatan, dengan jumlah responden sebanyak 50 nasabah. Berikut ini merupakan gambaran umum penelitian ini:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1 : **Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-laki	15	18%
2	Perempuan	35	82%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer (diolah), 2020

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden perempuan sebanyak 35 orang atau sebesar 82% dan responden laki-laki sebanyak 15 orang atau sebesar 18%. Hasil ini menunjukkan bahwa jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan.

## b. Usia

Tabel 4.2 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 26 Tahun	1	2%
2	26 – 30 Tahun	6	12%
3	31 – 36 Tahun	10	20%
4	37 – 42 Tahun	11	22%
5	> 42 Tahun	22	44%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui bahwa responden berusia kurang dari 26 tahun sebanyak 1 orang atau sebesar 2%, usia 26 – 30 tahun sebanyak 6 orang atau sebesar 12%, usia 31 – 36 tahun sebanyak 10 orang atau sebesar 20% , 37 – 42 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 22%, dan usia lebih dari 42 tahun sebanyak 22 orang atau sebesar 44%. Hasil ini menunjukkan bahwa usia responden didominasi oleh usia lebih dari 42 tahun.

## c. Kecamatan Tempat Tinggal

Tabel 4.3 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Kecamatan

## Tempat tinggal

No	Kecamatan	Frekuensi	Persentase
1	Ciputat	4	8%
2	Ciputat Timur	16	32%
3	Pamulang	23	46%

No	Kecamatan	Frekuensi	Persentase
4	Pondok Aren	0	0%
5	Serpong	1	2%
6	Serpong Utara	0	0%
7	Setu	0	0%
8	Lainnya	6	12%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan kecamatan tempat tinggal diketahui bahwa responden yang berasal dari kecamatan Ciputat sebanyak 4 orang atau sebesar 8%, kecamatan Ciputat Timur sebanyak 16 orang atau sebesar 32%, kecamatan Pamulang sebanyak 23 orang atau sebesar 46%, kecamatan Serpong sebanyak 1 orang atau sebesar 2%, dan dari kecamatan lainnya (diluar kecamatan Tangerang Selatan) sebanyak 6 orang atau sebesar 12%.

Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kecamatan Pamulang. Hal yang menjadikan kecamatan Pamulang sebagai kecamatan dengan jumlah responden terbesar adalah karena adanya kantor pegadaian syariah yang berada di luar kecamatan Pamulang, namun letaknya sangat berdekatan dengan kecamatan Pamulang. Sehingga banyak responden yang tinggal di kecamatan Pamulang juga memakai kantor pegadaian syariah di luar kecamatan Pamulang.

## d. Agama

Tabel 4.4 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Agama

No	Agama	Frekuensi	Persentase
1	Islam	47	94%
2	Kristen	3	6%
3	Budha	0	0%
4	Hindu	0	0%
5	Katolik	0	0%
6	Konghucu	0	0%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan agama diketahui bahwa responden yang beragama Islam sebanyak 47 orang atau sebesar 94% dan agama Kristen sebanyak 3 orang atau sebesar 6%. Dari tabel 4.4 juga dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang beragama Budha, Hindu, Katolik, dan konghucu.

## e. Pendidikan

Tabel 4.5 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	1	2%
2	SMP/Sederajat	1	2%
3	SMA/Sederajat	21	42%
4	Diploma (D1-D3)	6	12%
5	Sarjana (S1-S3)	21	42%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diketahui bahwa responden yang berpendidikan SD dan SMP/Sederajat sebanyak 1 orang 2%, responden yang berpendidikan SMA/ sederajat sebanyak 21 orang atau sebesar 42%, responden yang berpendidikan Diploma (D1-D3) sebanyak 4 orang atau sebesar 12% dan responden yang berpendidikan Sarjana (S1-S3) sebanyak 21 orang atau sebesar 44%. Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir mayoritas responden adalah SMA/Sederajat dan Sarjana.

f. Pekerjaan

Tabel 4.6 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pekerjaan Terakhir

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pegawai Negeri Sipil	2	4%
2	TNI/POLRI	0	0%
3	Pegawai Swasta/BUMN	12	25%
4	Wirausaha	11	22%
5	Ibu Rumah Tangga	23	47%
6	Purna Tugas	2	4%
7	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.6 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil sebanyak 2 orang atau sebesar 4%, pegawai swasta/BUMN sebanyak 12 orang atau sebesar 25%, wirausaha sebanyak 11 orang atau 22%, ibu rumah tangga sebanyak 23 orang atau 47%, purna tugas sebanyak 2 orang atau 4%, dan tidak ada responden yang bekerja sebagai TNI/POLRI dan Pelajar/Mahasiswa. Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pekerjaan responden terbanyak adalah sebagai ibu rumah tangga.

## g. Status Pernikahan

Tabel 4.7 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Status Pernikahan

No	Status Pernikahan	Frekuensi	Persentase
1	Menikah	43	86%
2	Belum Menikah	3	6%
3	Janda/Duda	4	8%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan status pernikahan diketahui bahwa responden yang sudah menikah sebanyak 43 orang atau sebesar 86%, responden yang belum menikah sebanyak 3 orang atau 6% dan responden yang berstatus janda/duda sebanyak 4 orang atau 8%. Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah terbanyak adalah responden yang sudah menikah.

## h. Status dalam Rumah Tangga

Tabel 4.8 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Status dalam Rumah Tangga

No	Status dalam Rumah Tangga	Frekuensi	Persentase
1	Kepala Keluarga	17	34%
2	Istri	29	58%
3	Anak	4	8%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Dari tabel 4.8 menunjukkan responden yang berstatus sebagai kepala keluarga sebanyak 17 orang atau 34%, responden yang berstatus sebagai istri sebanyak 29 orang atau sebesar 58% dan yang berstatus sebagai anak sebanyak 4 orang atau 8%. Dari pemaparan tabel 4.8 juga dapat diketahui bahwa status

responden terbanyak adalah sebagai istri. Hal tersebut dikarenakan mayoritas pekerjaan responden terbanyak adalah sebagai ibu rumah tangga seperti yang dipaparkan pada tabel 4.6. sehingga membuat responden dengan status istri menjadi responden dengan persentase terbesar.

i. Produk Jasa Pegadaian Syariah yang Digunakan

Tabel 4.9 : **Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Produk Jasa Pegadaian Syariah yang Digunakan**

No	Produk yang Digunakan	Frekuensi	Persentase
1	<i>Rahn</i>	45	90%
2	Arrum	4	8%
3	Amanah	1	2%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan produk *Rahn* sebanyak 45 orang atau sebesar 90%, responden yang menggunakan produk Arrum sebanyak 4 orang dan responden yang menggunakan produk Amanah sebanyak 2 orang saja. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk *Rahn* merupakan produk yang paling banyak digunakan oleh responden.

Produk *Rahn* menjadi produk yang paling banyak digunakan karena mayoritas responden kurang mengetahui produk-produk pegadaian segmen syariah. Banyak responden hanya sebatas mengetahui bahwa untuk mendapatkan pinjaman dana, mereka harus menggadaikan barang berupa perhiasan, emas, logam mulia, barang elektronik atau kendaraan tanpa tahu apa jenis produk tersebut. Dan produk tersebut sebenarnya adalah bernama *Rahn*.

Produk *Rahn* merupakan produk pembiayaan dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan emas, logam mulia, barang elektronik atau kendaraan. Hanya

sedikit sekali responden yang mengetahui bahwa di produk pegadaian segmen syariah juga terdapat produk lain selain *Rahn* yaitu produk Arrum dan Amanah.

Alasan lain yang menjadikan produk *Rahn* menjadi produk dengan pengguna terbanyak yaitu karena sesuai dengan kebutuhan mereka yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena dalam produk *Rahn* tidak terspesifikasi sehingga penggunaan dana *Rahn* oleh nasabah sangat fleksibel. Berbeda dengan produk Arrum yaitu pembiayaan yang hanya untuk usaha mikro, Arrum Haji untuk pembiayaan haji dan Amanah hanya untuk pembiayaan pembelian kendaraan motor dan mobil.

j. Pendapatan per Bulan

Tabel 4.10 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No	Pendapatan per Bulan	Frekuensi	Persentase
1	> 1.000000	13	26%
2	1.000.001 – 3.000.000	4	8%
3	3.000.001 – 5.000.000	16	32%
4	5.000.001 – 7.000.000	9	18%
5	> 7.000.000	8	16%
<b>Jumlah</b>		50	100%

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.10 diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki gaji kurang dari 1.000.000 sebanyak 13 orang atau sebesar 26%, responden yang memiliki gaji antara 1.000.001 – 3.000.000 sebanyak 4 orang atau 8%, responden yang memiliki gaji antara 3.000.001 – 5.000.000 sebanyak 16 orang atau 32%, responden dengan gaji antara 5.000.001 – 7.000.000 sebanyak 9 orang atau sekitar 18% dan responden dengan gaji lebih dari 7.000.000 sebanyak 8 orang atau sebesar 16%.

Dari pemaparan tabel ini dapat disimpulkan bahwa responden dengan gaji antara 3.000.001 – 5.000.000 merupakan jumlah yang paling banyak. Hasil ini juga diketahui bahwa responden terbanyak justru yang memiliki pendapatan menengah. Hal ini dikarenakan bukan hanya faktor pendapatan yang mendorong responden untuk menggunakan pegadaian namun juga berdasarkan besarnya kebutuhan responden.

**4.1.2 Hasil Jawaban Responden**

**a. Variabel Keyakinan (X<sub>1</sub>)**

Tabel 4.11 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Agama

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Xagama1	0	0	0	0	29	58	21	42	50	100	4.42
2	Xagama2	3	6	5	10	24	48	18	36	50	100	3.98
3	Xagama3	0	0	1	2	25	50	24	48	50	100	4.44
4	Xagama4	0	0	0	0	25	50	25	50	50	100	4.5
5	Xagama5	0	0	1	2	24	48	25	50	50	100	4.46
<b>Total Mean</b>											4.36	

Sumber: data primer (diolah), 2020

Dari tabel 4.11 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel keyakinan menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju terhadap variabel agama. Pilihan terbanyak terdapat pada pertanyaan Xagama1 yaitu sebanyak 29 atau sebesar 58%. Secara umum responden setuju bahwa keyakinan menjadi faktor yang menjadikan responden memilih produk pegadaian segmen syariah karena beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

**b. Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)**

**Tabel 4.12 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Lokasi**

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Xlokasi1	0	0	2	4	24	48	24	48	50	100	4.4
2	Xlokasi2	0	0	2	4	26	52	22	44	50	100	4.36
3	Xlokasi3	0	0	2	4	24	48	24	48	50	100	4.4
4	Xlokasi4	0	0	1	2	22	44	27	54	50	100	4.5
5	Xlokasi5	0	0	1	2	22	44	27	54	50	100	4.5
<b>Total Mean</b>											4.43	

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.12 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel lokasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap variabel lokasi. Pilihan terbanyak terdapat pada pertanyaan Xlokasi4 dan Xlokasi5 yaitu sebanyak 27 atau sebesar 54%. Secara umum responden setuju bahwa lokasi kantor pegadaian syariah yang strategis sehingga mudah diakses oleh nasabah.

**c. Tarif**

**Tabel 4.13 : Distribsi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Tarif**

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Xtarif1	0	0	1	2	30	60	19	38	50	100	4.34
2	Xtarif2	0	0	1	2	27	54	22	44	50	100	4.4
3	Xtarif3	0	0	1	2	32	64	17	34	50	100	4.3

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
4	Xtarif4	1	2	12	24	30	60	7	14	50	100	3.6
5	Xtarif5	1	2	5	10	24	48	20	40	50	100	4.14
<b>Total Mean</b>												4.16

Sumber: data primer (diolah), 2020

Dari tabel 4.13 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel tarif dapat diketahui bahwa sebagian besar responden setuju terhadap variabel tarif. Pilihan terbanyak terdapat pada pertanyaan Xtarif3 yaitu sebanyak 32 atau sebesar 64%. Secara umum responden setuju bahwa tarif yang ada pada produk pegadaian segmen syariah terjangkau, sehingga tidak memberatkan mereka.

#### d. Pelayanan

Tabel 4.14 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Pelayanan

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Xpelayanan1	0	0	0	0	24	48	26	52	50	100	4.52
2	Xpelayanan2	0	0	2	4	28	56	20	40	50	100	4.32
3	Xpelayanan3	0	0	0	0	30	60	20	40	50	100	4.4
4	Xpelayanan4	0	0	0	0	24	48	26	52	50	100	4.52
5	Xpelayanan5	0	0	0	0	23	46	27	54	50	100	4.54
<b>Total Mean</b>												4.46

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.14 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel pelayanan diketahui bahwa sebagian besar responden setuju terhadap variabel pelayanan. Pilihan terbanyak terdapat pada pertanyaan Xpelayanan3 yaitu sebanyak 30 atau sebesar 60%. Secara umum responden setuju bahwa pelayanan di pegadaian syariah sudah baik sehingga dapat memudahkan nasabah dalam melakukan proses gadai. Selain itu nasabah juga akan paham terhadap akad-akad yang digunakan pada produk pegadaian segmen syariah.

**e. Preferensi**

**Tabel 4.15 : Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Preferensi**

No	Pertanyaan	STS		TS		S		SS		Total		Mean
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Ypreferensi1	0	0	0	0	24	48	26	52	50	100	4.52
2	Ypreferensi2	0	0	2	4	23	46	27	54	50	100	4.54
3	Ypreferensi3	0	0	0	0	18	36	32	64	50	100	4.64
4	Ypreferensi4	1	2	0	0	22	44	27	55	50	100	4.48
5	Ypreferensi5	0	0	0	0	30	60	20	40	50	100	4.4
<b>Total Mean</b>											4.52	

Sumber: data primer (diolah), 2020

Pada tabel 4.15 distribusi jawaban responden berdasarkan variabel preferensi diketahui bahwa sebagian besar responden sangat setuju terhadap variabel preferensi. Pilihan terbanyak terdapat pada pertanyaan Ypreferensi3 yaitu sebanyak 32 atau sebanyak 64%. Secara umum responden setuju bahwa dengan adanya pegadaian sangat membantu masyarakat dalam membantu memenuhi kebutuhan mereka ditambah lagi dengan mudahnya persyaratan untuk mengakses produk pegadaian segmen syariah.

## 4.2 Hasil Analisis

### 4.2.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kestabilan alat ukur. Suatu instrumen dapat dikatakan memiliki tingkat kepercayaan tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrumen tersebut menunjukkan hasil yang tetap (Tony, 2003: 85).

Cara mengukur reliabilitas yang paling umum adalah dengan menggunakan koefisien alpha. Koefisien alpha diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha*. Nilai *cronbach's alpha* berkisar antara 0-1, semakin mendekati 1 maka semakin menunjukkan tingkat konsisten skor. Sekaran (2000: 312) membagi indikator pengukuran reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

1. 0,8 - 1,0 reliabilitas dapat dikatakan baik
2. 0,6 - 0,799 reliabilitas dapat diterima
3. < 0,6 reliabilitas kurang baik

Berikut ini adalah hasil output uji reliabilitas:

Tabel 4.16 : Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1	Keyakinan	0.734	$\geq 0,6$	Reliable
2	Lokasi	0.830	$\geq 0.6$	Reliable
3	Tarif	0.800	$\geq 0.6$	Reliable
4	Pelayanan	0.889	$\geq 0.6$	Reliable
5	Preferensi	0.858	$\geq 0.6$	Reliable

Sumber: data primer diolah, 2020

Hasil di tabel 4.15 menunjukkan bahwa pada variabel keyakinan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,734, untuk variabel lokasi nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,830, pada variabel tarif nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,800, untuk variabel pelayanan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,889 dan variabel preferensi nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,858. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0,6. Sehingga berdasarkan indikator reliabilitas Sekaran seluruh variabel dapat dikatakan *reliable*.

#### 4.2.2 Uji Validitas

Uji validitas menurut Sekaran (2003) dilakukan untuk menunjukkan ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurnya (Tony, 2003: 88). Cara mengukur uji validitas dapat dilihat dengan menggunakan metode korelasi pada *Corrected Item-Total Correlation* yaitu membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  maka pertanyaan dapat dikatakan valid. Penelitian ini menggunakan 50 sampel dengan alpha 0,05, sehingga  $r_{hitung}$  pada penelitian ini adalah 0,279. Berikut ini adalah tabel hasil uji validitas.

a. Keyakinan ( $X_1$ )

Tabel 4.17 : Hasil Uji Validitas Variabel Keyakinan Agama ( $X_1$ )

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Xkeyakinan1	0.542	0.279	Valid
2	Xkeyakinan2	0.307	0.279	Valid
3	Xkeyakinan3	0.729	0.279	Valid
4	Xkeyakinan4	0.630	0.279	Valid
5	Xkeyakinan5	0.650	0.279	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Hasil pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel keyakinan ( $X_1$ ) valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung}$  seluruh item pertanyaan pada variabel keyakinan lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,279.

b. Lokasi ( $X_2$ )

Tabel 4.18 : Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Xlokasi1	0.423	0.279	Valid
2	Xlokasi2	0.687	0.279	Valid
3	Xlokasi3	0.685	0.279	Valid
4	Xlokasi4	0.724	0.279	Valid
5	Xlokasi5	0.649	0.279	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.17 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel lokasi ( $X_2$ ) semuanya dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $r_{hitung}$  seluruh item pertanyaan lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu 0,279.

c. Tarif ( $X_3$ )

Tabel 4.19 : Hasil Uji Validitas Variabel Tarif ( $X_3$ )

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Xtarif1	0.641	0.279	Valid
2	Xtarif2	0.687	0.279	Valid
3	Xtarif3	0.659	0.279	Valid
4	Xtarif4	0.498	0.279	Valid
5	Xtarif5	0.635	0.279	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.18 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel lokasi dapat dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari seluruh nilai  $r_{hitung}$  pada item pertanyaan variabel tarif lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,279.

d. Pelayanan ( $X_4$ )

Tabel 4.20 : Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan ( $X_4$ )

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Xpelayanan1	0.761	0.279	Valid
2	Xpelayanan2	0.565	0.279	Valid
3	Xpelayanan3	0.744	0.279	Valid
4	Xpelayanan4	0.777	0.279	Valid

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
5	Xpelayanan5	0.874	0.279	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel pelayanan semuanya valid. Hal ini dapat diketahui dari nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,279.

e. Preferensi (Y)

Tabel 4.21 : Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi (Y)

No	Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	Xpreferensi1	0.794	0.279	Valid
2	Xpreferensi2	0.698	0.279	Valid
3	Xpreferensi3	0.780	0.279	Valid
4	Xpreferensi4	0.638	0.279	Valid
5	Xpreferensi5	0.538	0.279	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari tabel 4.20 dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel preferensi (Y) dapat dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari seluruh nilai  $r_{hitung}$  pada item pertanyaan variabel tarif lebih besar dari pada nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,279.

**4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics 25 dalam melakukan analisis regresi linear berganda.

**4.2.3.1 Pengaruh Keyakinan, Lokasi, Tarif ,dan Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Segmen Syariah**

Dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \mu_i$$

Dimana

Y = Preferensi Nasabah Terhadap Produk Pegadaian Segmen Syariah

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Keyakinan

X<sub>2</sub> = Lokasi

X<sub>3</sub> = Tarif

X<sub>4</sub> = Pelayanan

$\mu$  = Error Term

Berikut ini merupakan hasil regresi linear berganda dengan menggunakan IBM

SPSS Statistic 25:

**Tabel 4.22 : Estimasi Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.460	2.066		2.159	.036
	Keyakinan	.324	.104	.372	3.102	.003
	Lokasi	.365	.094	.431	3.892	.000
	Tarif	-.016	.081	-.021	-.191	.849

Model	Coefficients <sup>a</sup>			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	Sig.
1	.147	.154		.266

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020

Pada tabel 4.21, persamaan regresi linear bergandanya dapat ditulis seperti berikut ini:

$$Y = 4.460 + 0,324 (\text{keyakinan}) + 0,365 (\text{lokasi}) + (-0,016) (\text{tarif}) + 0,147 \text{ Pelayanan} + \mu$$

#### 4.2.3.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji T atau uji parsial merupakan uji untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Haslinda, 2016: 10).

Tabel 4.23 : Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>	
		T
1	(Constant)	2.159
	Keyakinan	3.102
	Lokasi	3.892
	Tarif	-.191
	Pelayanan	1.126

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 hasil uji t dapat di deskripsikan sebagai berikut:

- a. Variabel keyakinan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,102. Karena nilai  $t_{hitung}$  variabel agama lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 2,011, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel keyakinan ( $X_1$ ) dengan variabel preferensi (Y).
- b. Variabel lokasi ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,892. Karena nilai  $t_{hitung}$  variabel lokasi lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 2,011, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara variabel lokasi ( $X_2$ ) dengan variabel preferensi (Y).
- c. Variabel tarif ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar (-0,191). Karena nilai  $t_{hitung}$  variabel tarif lebih kecil dari nilai  $t_{tabel}$  yaitu 2,011, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial pada variabel tarif ( $X_3$ ) tidak terdapat pengaruh terhadap variabel preferensi (Y).
- d. Variabel pelayanan ( $X_4$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,126. Karena nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  yaitu 2,011, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial pada variabel pelayanan ( $X_4$ ) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel preferensi (Y).

#### 4.2.3.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F merupakan pengujian terhadap variabel independen secara bersama (simultan) yang ditujukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh terhadap variabel dependen (Haslinda, 2016: 10). Berikut ini adalah hasil uji pada penelitian ini:

Tabel 4.24 : Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.201	4	38.050	21.409	.000 <sup>b</sup>
	Residual	79.979	45	1.777		
	Total	232.180	49			

a. Dependent Variable: Preferensi

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi, Tarif, Keyakinan

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.23, diketahui nilai Sig. adalah 0,000.

Karena nilai Sig. lebih kecil dari pada nilai  $\alpha$  yaitu 0,05, maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain variabel keyakinan, lokasi, tarif, dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap variabel preferensi.

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan kemampuan variabel bebas menjelaskan perilaku variabel terikatnya. Semakin besar nilai  $R^2$  suatu model maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikatnya (Wahyudi, 2016: 144 – 145).

Tabel 4.25 : Hasil  $R^2$

Model Summary				
Model	R <sup>2</sup>	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.625	1.333

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi, Tarif, Keyakinan

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020

Dari tabel 4.24 hasil dari regresi linear berganda menunjukkan bahwa pada penelitian ini memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,656. Yang artinya variabel keyakinan, lokasi, tarif, dan pelayanan menjelaskan variabel preferensi sebesar 65,6%. Sedangkan sisanya 34,4% dijelaskan oleh *error*.

#### 4.2.4 Uji Asumsi Klasik

Asumsi klasik dilakukan supaya menghasilkan nilai parameter yang sesuai dengan nilai sebenarnya, sehingga nilai parameter tersebut memiliki karakteristik tidak bias, konsisten dan efisien (Wahyudi, 2016: 129). Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji normalitas.

##### 4.2.4.1 Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi apakah terdapat multikolonieritas salah satunya yaitu dapat dilakukan dengan melihat nilai dari Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 maka model tersebut bebas dari multikolonieritas. Apabila nilai VIF diatas 10 merupakan *warning* keberadaan multikolinieritas (Wahyudi, 2016:137-146). Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.26 : Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Keyakinan	.532	1.880
Lokasi	.625	1.599
Tarif	.629	1.591
Pelayanan	.409	2.445

a. Dependent Variable: Preferensi

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

#### 4.2.4.2 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini akan menggunakan metode *One Sample* Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujian, yaitu jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data distribusi normal, dan jika signifikansi kurang dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal (Amah, 2017: 137). Berikut ini adalah hasil uji normalitas.

Tabel 4.27 : Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27758413
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.065
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020.

Berdasarkan output SPSS pada tabel 4.26 diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov Smirnov maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### 4.2.4.3 Uji Heterokedastisitas

Permasalahan Heterokedastisitas sebagai akibat dari adanya varian yang tidak minimum dalam model memberikan konsekuensi kesimpulan yang tidak minimum dalam suatu model memberikan konsekuensi hasil kesimpulan yang tidak valid.

Berikut ini adalah output hasil uji heterokedastisitas:

Tabel 4.28 : Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.001
	LnX1	.199
	LnX2	.379
	LnX3	.081
	LnX4	.904

a. Dependent Variable: Lnei2

Sumber: data primer diolah dengan IBM SPSS 25, 2020.

Dari hasil tabel 4.28 dapat diketahui bahwa bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Hal ini dilihat dari nilai *P value* yaitu pada kolom Sig., apabila nilai Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

#### 4.2.5 Pembahasan

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah variabel agama, lokasi, tarif, dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.

##### 4.2.5.1 Pengaruh Keyakinan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Syariah

1. H0:  $\beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh antara keyakinan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.
2. H1:  $\beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara keyakinan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah..

Dari hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa variabel keyakinan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar sebesar 3,102 yang lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{table}$  yaitu 2,011. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa (H1) terdapat pengaruh antara keyakinan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian syariah diterima. Sebaliknya H0 ditolak. Selain itu variabel ini juga memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,324 yang artinya apabila keyakinan meningkat 1 satuan maka tingkat preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah akan meningkat sebesar 0,324 satuan.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif kuisisioner menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel keyakinan adalah sebesar 4,36. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memilih produk pegadaian segmen syariah dikarenakan kehalalan merupakan prioritas utama mereka dalam memilih produk lembaga keuangan. Responden mengetahui dengan baik bahwa praktik pada produk pegadaian segmen syariah yang telah sesuai dengan prinsip syariah dan mengikuti ketentuan DSN MUI.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Siti Darojah (2005). Dalam penelitian tersebut menemukan bahwa keyakinan agama menjadi alasan utama nasabah dalam memilih pegadaian syariah. Hal ini karena nasabah memahami bahwa adanya bunga dalam dalam pegadaian konvensional merupakan praktik riba yang tidak diperbolehkan dalam agama.

Hasil penemuan tersebut juga diperkuat oleh teori segmentasi pasar yang dikemukakan oleh Gilbert D. Harrel yang mengatakan bahwa banyak orang yang memilih suatu produk berdasarkan agama yang diyakini. Dalam kasus ini nasabah lebih memilih atau memprioritaskan produk gadai yang sesuai dengan prinsip syariah dibandingkan dengan produk gadai konvensional

#### **4.2.5.2 Pengaruh Lokasi Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Syariah**

1. H<sub>0</sub>:  $\beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh antara lokasi dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.
2. H<sub>1</sub>:  $\beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara lokasi dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah..

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,892 yang lebih besar dari nilai  $t_{table}$  yaitu 2,011. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa (H<sub>1</sub>) terdapat pengaruh antara lokasi dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian syariah diterima. Sebaliknya H<sub>0</sub> ditolak. Hasil output regresi variabel ini menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,365. Artinya apabila lokasi meningkat 1 satuan maka tingkat preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah akan meningkat sebesar 0,365 satuan.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif kuisioner menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel keyakinan adalah sebesar 4,43. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi kantor pegadaian syariah yang mudah ditemukan dan strategis sehingga mudah diakses dan lebih efisien waktu. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rindani Dwihapsari, Suryana, and Juliana yang juga menemukan bahwa lokasi berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih pegadaian syariah.

Menurut Gilbert D. Harrel, bagi seorang konsumen lokasi untuk membeli suatu produk atau lembaga keuangan merupakan hal yang penting untuk diperhatikan. Apakah lokasinya memiliki jarak yang jauh sehingga akan memakan banyak biaya dan waktu. Apakah lokasinya mudah untuk dijangkau atau banyak dijumpai dimanapun merupakan salah satu dasar penentu bagi konsumen untuk melakukan pilihan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menemukan jika nasabah lebih menyukai kantor pegadaian syariah yang strategis dan mudah ditemui.

#### **4.2.5.3 Pengaruh Tarif Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Syariah**

1.  $H_0: \beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh antara tarif dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.
2.  $H_1: \beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara tarif dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah..

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel tarif memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0,191 yang lebih kecil dari nilai nilai  $t_{table}$  yaitu 2,014. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa ( $H_0$ ) tidak ada pengaruh antara tarif dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah diterima. Sedangkan  $H_1$  ditolak.

Menurut Gilbert D. Harrel tarif merupakan salah satu alasan yang rasional bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Bila tarif terlalu mahal konsumen sudah pasti akan meninggalkan produk tersebut. Begitupun dalam produk pada lembaga keuangan. Nasabah akan mempertimbangkan biaya administrasi, bunga atau margin, cicilan.

Faktor yang menyebabkan variabel tarif tidak signifikan adalah nasabah yang kurang memperdulikan tinggi besarnya tarif. Nasabah akan tetap menggunakan produk pegadaian segmen syariah walaupun menurut mereka tarif yang ditetapkan oleh pihak pegadaian cukup tinggi. Hal ini dikarenakan keadaan nasabah yang terdesak sehingga bagi mereka yang terpenting adalah segera mendapatkan pinjaman dana untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hasil ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nik Amah (2005) juga menemukan hasil serupa yaitu variabel *ujrah* tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih pegadaian syariah.

Walaupun secara teori, tarif diduga dapat berpengaruh bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Namun secara empiris untuk penelitian preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah hal ini tidak terbukti. Sehingga hipotesa yang dibangun dalam teori ini tidak diterima. Dapat disimpulkan bahwa pada variabel tarif ini terdapat pilihan konsumen yang bersifat indifferens. Dimana antara pilihan tarif produk yang terjangkau dan cukup mahal hal tersebut menurut konsumen adalah sama saja (indiferens).

#### 4.2.5.4 Pengaruh Pelayanan Terhadap Preferensi Nasabah dalam Memilih Produk Pegadaian Syariah

1.  $H_0: \beta_1 = 0$ , tidak ada pengaruh antara pelayanan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.

2. H1:  $\beta_1 \neq 0$ , terdapat pengaruh antara pelayanan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,126 yang lebih kecil dari nilai nilai  $t_{table}$  yaitu 2,014. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesa ( $H_0$ ) tidak ada hubungan antara pelayanan dengan preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah diterima. Sedangkan  $H_1$  ditolak.

Walaupun secara teori, pelayanan diduga dapat berpengaruh bagi konsumen dalam memilih suatu produk. Namun secara empiris untuk penelitian preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah hal ini tidak terbukti. Sehingga hipotesa yang dibangun dalam teori ini tidak diterima.

Faktor yang menyebabkan variabel pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah adalah karena bukan karena faktor pelayanan membuat mereka memilih produk pegadaian segmen syariah, namun kemudahan untuk segera mendapatkan pinjaman dana dan lokasi kantor pegadaian syariah yang strategis.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Maran Marimuthu dan Indraah Kolandaisamy (2017) juga menemukan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap Toko Ar-Rahn di Lembah Klang. Hasil penelitian pada variabel ini dapat disimpulkan bahwa juga terdapat pilihan atau preferensi konsumen yang bersifat indiferens, yakni jika terdapat pilihan pelayanan pegadaian syariah yang baik atau pelayanan yang kurang baik maka bagi responden hal tersebut adalah sama saja bagi mereka.

## BAB V

## KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan dari hasil penelitian ini:

- a. Secara parsial hanya variabel keyakinan dan lokasi memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah.
- b. Sedangkan variabel tarif tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah. Hal ini karena nasabah yang kurang memperdulikan tarif produk pegadaian syariah karena nasabah dalam keadaan terdesak masalah ekonomi, sehingga yang terpenting bagi mereka adalah kemudahan untuk segera mendapatkan dana pinjaman untuk memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Selanjutnya variabel pelayanan juga tidak memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah dalam memilih produk pegadaian segmen syariah. Hal ini karena dikarenakan nasabah memilih pegadaian syariah bukan karena memiliki pelayanan yang baik. Yang menjadi alasan utama mereka memilih pegadaian syariah karena pendapatan mereka yang belum mampu memenuhi kebutuhan mereka, harga yang terjangkau dan lokasi yang baik.

## 5.2 Saran

Berikut ini merupakan saran pada hasil penelitian ini:

- a. Pegadaian syariah diharapkan melakukan sosialisasi dan edukasi terkait produk pegadaian segmen syariah yang merupakan solusi bagi masyarakat yang ingin menggadaikan barang namun praktiknya sesuai dengan prinsip syariah dan ketentuan DSN MUI.
- b. Pegadaian syariah diharapkan meningkatkan kuantitas kantor unit syariah di kota-kota besar maupun di daerah kecil. Hal ini akan mendorong pangsa pasar yang lebih besar dikarenakan masyarakat yang menyukai lokasi kantor pegadaian syariah yang strategis dan mudah ditemukan.
- c. Untuk penelitian berikutnya diharapkan mencoba menggunakan variabel lain selain yang digunakan pada penelitian ini, diharapkan dengan adanya variabel baru tersebut akan menemukan hal baru yang dapat memajukan produk pegadaian segmen syariah.

## Daftar Pustaka

Amah, Nik. 2017. "DETERMINAN MINAT NASABAH PENGGUNA JASA RAHN DAN IJARAH PADA KANTOR CABANG PEGADAIAN SYARIAH MADIUN" *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 2(2) 132-142.

Anam, Chairul 2016. "Pengaruh Komitmen Beragama, Pengetahuan Agama, dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Pegadaian Syariah Di Surabaya" *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 3(1) 80-89.

Ammar Aiman, Asep Agus Handaka, dan Walim Lili. 2017. "ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK OLAHAN PERIKANAN DI KOTA TASIKMALAYA (STUDI KASUS DI PASAR TRADISIONAL CIKURUBUK, KEC. MANGKUBUMI)." *Jurnal Perikanan dan Kelautan Vol. VIII No. 1* 8-18.

Darya, Lilis Aristiyani dan I Gusti Putu. 2018. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH TABUNGAN EMAS PEGADAIAN SYARIAH BALIKPAPAN (Studi pada Nasabah Pegadaian Syariah Gunung Sari Balikpapan)." *Jurnal MADANI Vol.1. No.1* 1-21.

Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI). 2002. No.25/DSN-MUI/III/2002 *Tentang Rahn*. Jakarta (ID): DSN Majelis Ulama Indonesia.

Haslinda. 2016. "Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban Vol. II No. 1*, 1-21.

Hidayat, Wahyu dan Jihadi. 2016. *Matematika Ekonomi*. Malang: UMM Press.

Karim, Adiwarman. 2016. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kementerian Keuangan. 2019. "*Berkah Ekonomi Syariah*." *MEDIAKEUANGAN*, Volume XIV/No.140 1-56.

Kolandaisamy Indraah dan Maran Marimuthu. 2017. "*Customers' Preferences on*

*Ar-Rahnu: Exploring the Adoption of the Islamic-Based Pawnshop Using*

*PLS*" *Global Business and Management Research: An International Journal*

Vol. 9, No. 1, 666-678.

Masyhuri & Zainuddin, M. 2008. *METODOLOGI PENELITIAN - pendekatan praktis dan aplikatif*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Nasution, Rachmad Saleh. 2016. "*Sistem Operasional Pegadaian Syariah*

*Berdasarkan Surah Al-Baqarah 283 pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang*

*Syariah Gunung Sari Balikpapan*" *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*

Vol. 1, No. 2, Hal. 93-119.

Nicholson, Walter. 2002. *Mikroekonomi Intermediate*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). 2016. *Mengenal Otoritas Jasa Keuangan dan*

*Industri Jasa Keuangan Tingkat SMP*.

Pegadaian. 2011. *Annual Report Pegadaian*. pegadaian.co.id.

Pegadaian. 2014. *Annual Report Pegadaian*. pegadaian.co.id.

Pegadaian. 2015. *Annual Report Pegadaian*. pegadaian.co.id.

Pegadaian. 2016. *Annual Report Pegadaian*. pegadaian.co.id.

Pegadaian. 2017. *Annual Report Pegadaian*. pegadaian.co.id.

Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2015. *Ekonomi Islam*.

Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Rindani Dwihapsari, Suryana, Juliana. 2019. "*Customer Preferences in Selecting*

*Pawn Transaction in Pegadaian Syariah Padasuka.*" *The 2nd International*

*Conference on Islamic Economics, Business, and Philanthropy (ICIEBP)*

*Theme: "Sustainability and Socio Economic Growth"*. Bandung: KnE Social

Sciences. 231 - 241.

Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods For Bussiness 3rd edition*. John Wiley and

Sons.

Siregar, Syofian. 2017. *METODE PENELITIAN KUANTITATIF: Dilengkapi dengan*

*Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama

Mandiri.

Soeratno & Arsyad, Lincoln. 1993. *METODOLOGI PENELITIAN UNTUK EKONOMI*

*DAN BISNIS*. Yogyakarta: UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN (UPP)

AKADEMI MANAJEMEN PERUSAHAAN YKPN.

Sugiyono. 2018. *METODE PENELITIAN, KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*.

Bandung: CV. ALFABETA.

Suprpto, Haddy. 2017. *METODOLOGI PENELITIAN UNTUK KARYA ILMIAH*.

Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Suryani & Hendryadi. 2015. *METODE RISET KUANTITATIF: TEORI DAN APLIKASI*

*PADA PENELITIAN BIDANG MANAJEMEN DAN EKONOMI ISLAM*. Jakarta:

PT. Fajar Interpratama Mandiri.



Andriani, Siska. 2017. "Uji Park Dan Uji Breusch Pagan Godfrey Dalam Pendeteksian Heteroskedastisitas Pada Analisis Regresi" Al-Jabar: Jurnal Pendidikan Matematika vol. 8, Hal. 63-72.

Tony, Wijaya. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tri Wahyudi, Setyo. 2016. *Konsep dan Penerapan Ekonometrika Menggunakan E-VIEWS*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Wiwoho, Jamal. 2014. "PERAN LEMBAGA KEUANGAN BANK DAN LEMBAGA KEUANGAN BUKAN BANK DALAM MEMBERIKAN DISTRIBUSI KEADILAN BAGI" Jurnal MMH Vol.43, No. 1, Hal. 87-97.

Lampiran 1

ANGKET PENELITIAN



Kepada Yth,  
Nasabah Kantor Pelayanan Unit Layanan Syariah (Pegadaian Syariah)  
Kota Tangerang Selatan

Dengan hormat, bersama kuisisioner ini saya:

Nama : Reza Aditya Nugroho  
NIM : 165020507111029  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya  
Jurusan / Program Studi : Ilmu Ekonomi / Ekonomi Islam

Memohon ketersediaan Bapak/Ibu selaku responden untuk mengisi kuisisioner ini sebagai bahan untuk menyelesaikan skripsi saya yang berjudul:

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEGADAIAN SEGMENT SYARIAH (Studi Pada Kantor Pegadaian Unit Layanan Syariah Kota Tangerang Selatan)”**

Adapun tujuan dari penulisan penelitian ini adalah

1. Untuk menyelesaikan Tugas Akhir (Skripsi) S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya.
2. Untuk mengkaji preferensi nasabah terhadap Kantor Pelayanan Unit Syariah (Pegadaian Syariah) di Kota Tangerang Selatan.

Saya sangat berterimakasih bila Bapak/Ibu berkenan menjawab pertanyaan yang saya ajukan dibawah ini. Jawaban yang Bapak/Ibu ajukan sepenuhnya akan **dijaga kerahasiaannya**



**IDENTITAS RESPONDEN**

**\*Keterangan: Isi atau lingkari nomer yang tersedia dibawah ini sesuai dengan idenditas Bapak/Ibu**

**Nama Panggilan:** \_\_\_\_\_

**Jenis Kelamin:**

1. Laki-laki
2. Perempuan

**Usia:**

1. Kurang dari 25 tahun
2. 25-30 tahun
3. 31-36 tahun
4. 37-42 tahun
5. Lebih dari 42 tahun

**Kecamatan Tempat Tinggal:**

1. Ciputat
2. Ciputat Timur
3. Pamulang
4. Pondok Aren
5. Serpong
6. Serpong Utara
7. Setu
8. Lainnya \_\_\_\_\_

**Agama:**

1. Islam
2. Kristen
3. Budha
4. Hindu



5. Katolik
6. Konghucu

**Pendidikan Terakhir:**

1. SD
2. SMP / Sederajat
3. SMA / Sederajat
4. Diploma (D1-D3)
5. Sarjana (S1/S2/S3)

**Pekerjaan:**

1. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
2. TNI/Polri
3. Pegawai Swasta
4. Wirausaha
5. Ibu rumah tangga
6. Purna tugas (Pensiunan)
7. Pelajar/Mahasiswa

**Status pernikahan**

1. Menikah
2. Belum menikah
3. Janda/Duda

**Status dalam rumah tangga**

1. Kepala keluarga
2. Istri
3. Anak
4. Lainnya

**Apakah Bapak/Ibu pernah/sedang memanfaatkan jasa pegadaian syariah? (Ya/Tidak)**

**Produk jasa pegadaian syariah yang digunakan?**

1. Rahn
2. Arrum a

3. Amanah

**Pendapatan/bulan:**

1. Kurang dari 1.000.000
2. 1.000.001 – 3.000.000
3. 3.000.001 - 5.000.000
4. 5.000.001 – 7.000.000
5. Lebih dari 7.000.000

**DAFTAR PERTANYAAN**

Berilah tanda ceklist (√) pada salah satu kotak yang tersedia di bawah ini sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara/i. Pilihan terdiri dari **STS (Sangat Tidak Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **S (Setuju)**, **SS (Sangat Setuju)**.

**Preferensi Nasabah (Y)**

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Pembiayaan kredit dengan sistem gadai di pegadaian syariah membantu dan memenuhi kebutuhan saya				
2.	Saya merasa lebih aman melakukan pembiayaan kredit di pegadaian syariah				
3.	Proses pencairan dana di pegadaian syariah relatif cepat				
4.	Persyaratan untuk mengakses produk pegadaian syariah tergolong mudah dan sederhana				
5.	Jenis barang yang dapat digadaikan Bervariasi				

**Keyakinan (X<sub>1</sub>)**

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Saya memilih pegadaian syariah karena beroperasi sesuai dengan prinsip syariah				
2.	Saya menyadari bahwa bunga tidak sesuai dengan ajaran agama				
3.	Pegadaian syariah tidak menggunakan bunga dalam operasionalnya, namun memberlakukan biaya administrasi (mu'nah) dan biaya sewa (ijaroh) dari barang yang digadaikan				
4.	Proses gadai dalam pegadaian syariah sudah disahkan dan mengikuti ketentuan gadai dalam fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia				
5	Kehalalan merupakan prioritas utama saya dalam memilih produk lembaga keuangan				

**Lokasi (X<sub>2</sub>)**

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Lokasi pegadaian syariah strategis				
2.	pegadaian syariah mudah ditemukan diberbagai lokasi				
3.	Lokasi pegadaian syariah mudah untuk diakses (dilewati angkutan umum atau masih mudah diakses walaupun tidak menggunakan angkutan umum				
4.	Lokasi pegadaian syariah karena dekat dengan dekat dengan tempat tinggal atau dengan tempat kerja				
5	Waktu untuk mengakses kantor pegadaian syariah tidak lebih dari 10 km / waktu tempuh sekitar 20 menit				



**Tarif (X<sub>3</sub>)**

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Biaya administrasinya pegadaian syariah ( <i>mu'nah</i> ) terjangkau				
2.	Saya memilih pegadaian syariah karena biaya sewa ( <i>ijarah</i> ) yang terjangkau				
3.	Biaya angsuran di pegadaian syariah yang ringan				
4.	Tidak terdapat biaya denda Keterlambatan				
5	Waktu angsuran fleksibel				

**Pelayanan (X<sub>4</sub>)**

No.	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1.	Pelayanan di pegadaian syariah baik dan Ramah				
2.	Informasi mengenai produk pegadaian syariah dan akad-akad yang digunakan disampaikan kepada nasabah secara baik dan jelas				
3.	Pihak pegadaian syariah memberikan perhitungan taksiran dan perhitungan kewajiban pengembalian uang hasil gadai jelas dan rasional.				
4.	Staff pegadaian syariah selalu mempermudah transaksi semua nasabah				
5	Staff pegadaian syariah berpenampilan Sopan				

**Lampiran 2**

**Hasil Uji Reabilitas**

**A. Uji Reabilitas Variabel Keyakinan (X<sub>1</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.734	.820	5

**B. Uji Reabilitas Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.833	5

**C. Uji Reabilitas Variabel Tarif (X<sub>3</sub>)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.800	.838	5

**D. Uji Reabilitas Variabel Pelayanan (X<sub>4</sub>)**

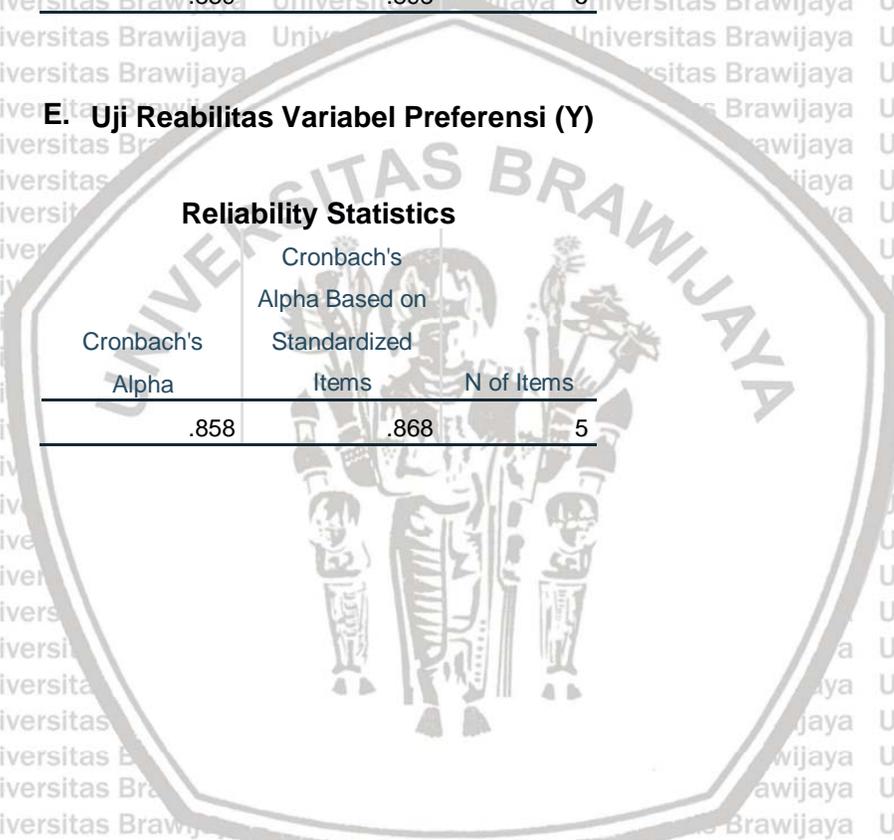
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.898	5

**E. Uji Reabilitas Variabel Preferensi (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.858	.868	5



Lampiran 3

Hasil Uji Validitas

A. Uji Validitas Variabel Keyakinan ( $X_1$ )

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	17.38	4.812	.542	.514	.687
K2	17.82	3.579	.307	.215	.866
K3	17.36	4.072	.729	.610	.611
K4	17.30	4.622	.630	.600	.663
K5	17.34	4.229	.650	.541	.639

B. Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ )

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
L1	17.76	4.798	.423	.204	.854
L2	17.80	4.163	.687	.553	.778
L3	17.76	4.145	.685	.490	.779
L4	17.66	4.351	.724	.608	.770
L5	17.66	4.515	.649	.491	.791

**C. Uji Validitas Variabel Tarif (X<sub>3</sub>)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	16.46	6.417	.641	.858	.755
T2	16.40	6.245	.687	.862	.743
T3	16.50	6.418	.659	.497	.752
T4	17.18	5.212	.498	.265	.813
T5	16.66	4.923	.635	.511	.750

**D. Uji Validitas Variabel Pelayanan (X<sub>4</sub>)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PL1	17.60	3.494	.761	.643	.860
PL2	17.72	3.422	.565	.337	.912
PL3	17.68	3.566	.744	.624	.864
PL4	17.63	3.205	.777	.702	.855
PL5	17.55	3.313	.874	.836	.835

**E. Uji Validitas Variabel Preferensi (Y)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	18.06	3.078	.794	.652	.799
P2	18.04	3.223	.698	.627	.823
P3	17.94	3.160	.780	.657	.805
P4	18.10	2.745	.638	.472	.853
P5	18.18	3.498	.538	.312	.860

Lampiran 4

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 <sup>a</sup>	.656	.625	1.333

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi, Tarif, Keyakinan

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	152.201	4	38.050	21.409	.000 <sup>b</sup>
	Residual	79.979	45	1.777		
	Total	232.180	49			

a. Dependent Variable: Preferensi

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Lokasi, Tarif, Keyakinan

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.460	2.066		2.159	.036
	Keyakinan	.324	.104	.372	3.102	.003
	Lokasi	.365	.094	.431	3.892	.000
	Tarif	-.016	.081	-.021	-.191	.849
	Pelayanan	.147	.131	.154	1.126	.266

a. Dependent Variable: Preferensi

Lampiran 5

Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1 (Constant)	4.460	2.066		2.159	.036	
Keyakinan	.324	.104	.372	3.102	.003	.532 1.880
Lokasi	.365	.094	.431	3.892	.000	.625 1.599
Tarif	-.016	.081	-.021	-.191	.849	.629 1.591
Pelayanan	.147	.131	.154	1.126	.266	.409 2.445

a. Dependent Variable: Preferensi

B. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.27758413
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.065
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

C. Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
	B	Std. Error		Beta	t	
1	(Constant)	47.125	13.708		3.438	.001
	LnX1	-6.347	4.866	-.233	-1.304	.199
	LnX2	-3.968	4.464	-.145	-.889	.379
	LnX3	-6.340	3.547	-.287	-1.787	.081
	LnX4	.782	6.433	.025	.122	.904

a. Dependent Variable: Lnei2

