

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI
MASYARAKAT KOTA PALOPO DALAM MEMILIH
PRODUK GADAI SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Palopo*



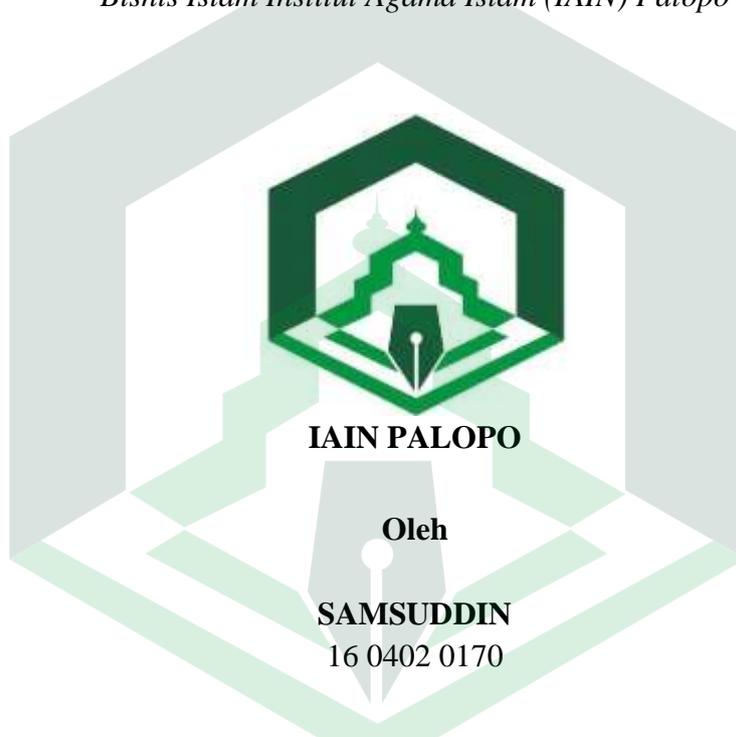
IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NERI PALOPO
2021**

**FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI
MASYARAKAT KOTA PALOPO DALAM MEMILIH
PRODUK GADAI SYARIAH**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Palopo*



Pembimbing:

- 1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M.**
- 2. Ilham, S.Ag., M.A.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NERI PALOPO
2021**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Samsuddin
NIM : 16.0402.0170
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 01 Juni 2021

membuat pernyataan,



Samsuddin
NIM: 16.0402.0170

IAIN PALOPO

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Kota Palopo Dalam Memilih Produk Gadai Syariah yang ditulis oleh Samsuddin Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 01070, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang di munaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 19 Oktober 2021 miladiyah bertepatan dengan 12 Rabi'ul Awal 1443 hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 30 Oktober 2021 M

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|---------------|---|
| 1. Tajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM. CAPF., CSRA | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Takdir, SH., M.H | Penguji I | () |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A., Ek | Penguji II | () |
| 4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M | Pembimbing I | () |
| 5. Ilham, S.Ag.M.A. | Pembimbing II | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Hj. Rana M, M.M.
NIP. 19610208 199403 7001

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Hendra Salri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 20153 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الحمد لله الذي علم بالقلم, علم الانسان ما لم يعلم والصلاة والسلام على
أشرف الأنبياء والمرسلين. سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين .

Alhamdulillah Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, karena atas rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Selawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad saw., beserta keluarga dan para pengikutnya termasuk pada muhadditsin yang senantiasa memelihara dan menghidupkan sunnahnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit bantuan dari berbagai pihak, sehingga peneliti sangat merasa perlu mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H., Wakil Rektor I, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M., Wakil Rektor II, Dr. Muhaemin, M.A., Wakil Rektor III IAIN Palopo yang telah membina dan mengembangkan perguruan tinggi, tempat penulis memperoleh berbagai ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Ramlah M., MM. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Muh Ruslan Abdullah, SEI., MA. Wakil Dekan I, Tajuddin, SE., M.Si., Ak., CA. Wakil Dekan II, dan Dra. Dr. Takdir, SH., M.H. Wakil Dekan III IAIN Palopo yang senantiasa membina dan mengembangkan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, fakultas yang terbaik.
3. Hendra Safri, M.M. Selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah (PBS), Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc. selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah (PBS), dan irsyam d.S.Kom. yang merupakan Staf Prodi PAI dan turut aktif memberikan motivasi kepada penulis.
4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M. Selaku pembimbing I dalam penyelesaian skripsi peneliti, dan Ilham S.Ag., M.A. Selaku pembimbing II dalam menyelesaikan

skripsi peneliti. Kepada kedua pembimbing, peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas segala ilmu dan waktu untuk membimbing peneliti.

5. H. Madehang, S.Ag., M.Pd., Kepala Perpustakaan IAIN Palopo, beserta para stafnya yang banyak membantu peneliti dalam memfasilitasi buku literature.

6. Teruntuk pihak Pegadaian cabang Palopo dan masyarakat kota Palopo yang bersedia memberikan kesedian waktu, tempat dan pelayan sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir yang diberikan oleh kampus.

7. Teristemewa kedua orang tua tercinta Ayahanda Syamsu dan Ibunda Darmiati yang telah melahirkan, memberikan kasih sayang, mendidik, melakukan pengorbanan yang tiada batas, memberikan dorongan dan doa, sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi di IAIN Palopo. Serta seluruh keluarga yang tiada henti-hentinya memanjatkan doa demi keberhasilan dan kesuksesan peneliti baik di dunia maupun di akhirat.

8. Kakak dan Adik tercinta yaitu Syamsidar, Syamsinar, Syamsiar, dan Syamsuhadir. Yang selama ini memberikan motivasi serta dukungan baik moril maupun materi sehingga mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

9. Untuk Lembaga himpunan tercinta HmI MPO Komisariat IAIN Palopo yang telah banyak mendedikasikan pengetahuan kepada peneliti sehingga peneliti mampu mencapai taraf seperti sekarang ini, untuk rekan-rekan di HmI MPO terkhusus untuk kanda Alfian, kanda Suprianto Baen, Muzakkir, Anugrah Ade Putra, pengurus Korkom IAIN Periode 1440-1441 H dan seluruh kader Hmi Se-Kota Palopo yang belum sempat peneliti sebutkan, peneliti mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir peneliti.

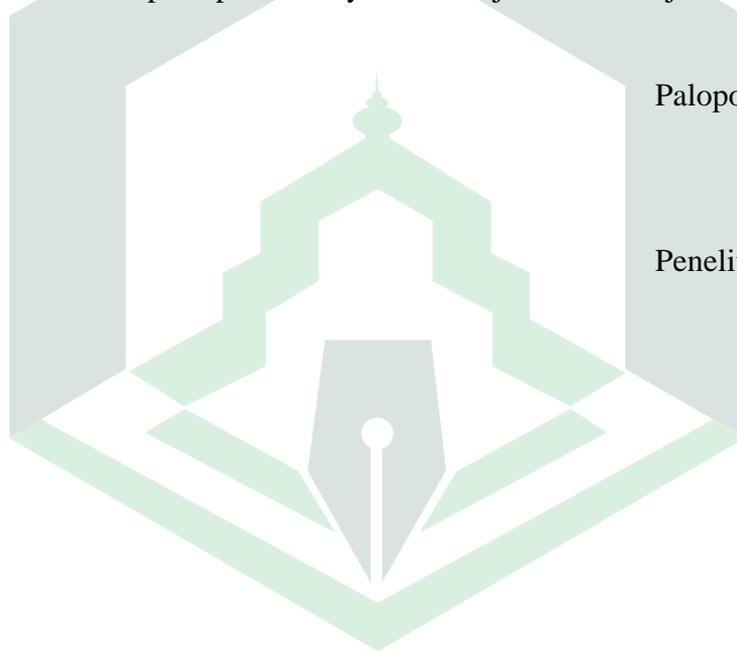
10. Teman – teman Perbankan Syariah, terkhusus bagi teman Perbankan Syariah E angkatan 2016, antara lain, Sarwan, Risal, Harun, riswandi, saipul, Safira Saleh, Rika Jelita, Sakina Ramadani, Ria Masita, Sarwana, Rius Alfahmi, juga teman - teman yang tidak disebutkan namanya satu persatu, yang telah membantu serta bekerja sama selama menuntut ilmu di IAIN Palopo mulai 2016 hingga sekarang.

11. Para sahabat saudara Abdillah, Alhidra Jaya, Miftahul Khoir, Johan, Saidi, Fadli, Irfan, Heri, Junaidi, Rendy, Ardianzah, Muafan, dan terkhusus kepada saudari Mutiara yang menjadi inspirasi bagi penulis, serta seluruh yang belum sempat peneliti sebutkan, peneliti ucapkan banyak terimakasih atas dorongan, do'a dan waktu yang diluangkan kepada peneliti selama menyusun skripsi ini yang tentunya mempengaruhi keberhasilan peneliti dalam menyelesaikannya.

12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah memberikan balasan pahala yang setimpal, dan semoga bantuannya dinilai sebagai amal saleh. Dan semoga hasil penelitian dalam skripsi ini membawa serta memberi manfaat kepada pembacanya dan menjadikan amal jariah bagi peneliti.

Palopo, 1 Juni 2020

Peneliti



IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

anda	Nama	ruf Latin	ma
اَ	<i>athah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َىِٕ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
ُو	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َا...ِٕ	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
ِىِٕ	<i>Kasrah dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
ُو	<i>ḍammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā'marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'marbūtah* ada dua, yaitu: *tā'marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu transliterasinya dengan ha (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudāh al-aṭ fāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعْمٌ : *nu'ima*

عُدُّوْا : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

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

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*al-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlaḥah

9. Lafz al-Jalālah (الله)

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

بِاللهِ دِينُ الله *dīnullāh billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaṣī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laṣī unzila fihī al-Qur'ān

Naṣr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu) Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan di bawah ini:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadits Riwayat



IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR AYAT	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB KAJIAN TEORI	9
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	9
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis Penelitian	25
BAB I METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Definisi Operasional Variabel	26
D. Populasi dan Sampel.....	28
E. Teknik Pengumpulan Data	30
F. Instrumen Penelitian	31
G. Uji Validitas dan Reliabilitas nstrumen.....	31
H. Teknik Analisis Data	34
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1. QS. Al- Baqarah/2:28	21
--	----



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 : Skala Penilaian Likert	30
Tabel 4.1 : Usia Responden	45
Tabel 4.2 : Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 4.3 : Profesi Responden	46
Tabel 4.4 : Uji Validitas Faktor Budaya	47
Tabel 4.5 : Uji Validitas Faktor Sosial	47
Tabel 4.6 : Uji Validitas Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah)	48
Tabel 4.7 : Uji Realiabilitas	49
Tabel 4.8 : Uji Regresi linier berganda	49
Tabel 4.9 : Uji T (parsial)	51
Tabel 4.10: Hasil Uji Simultan (Uji f)	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

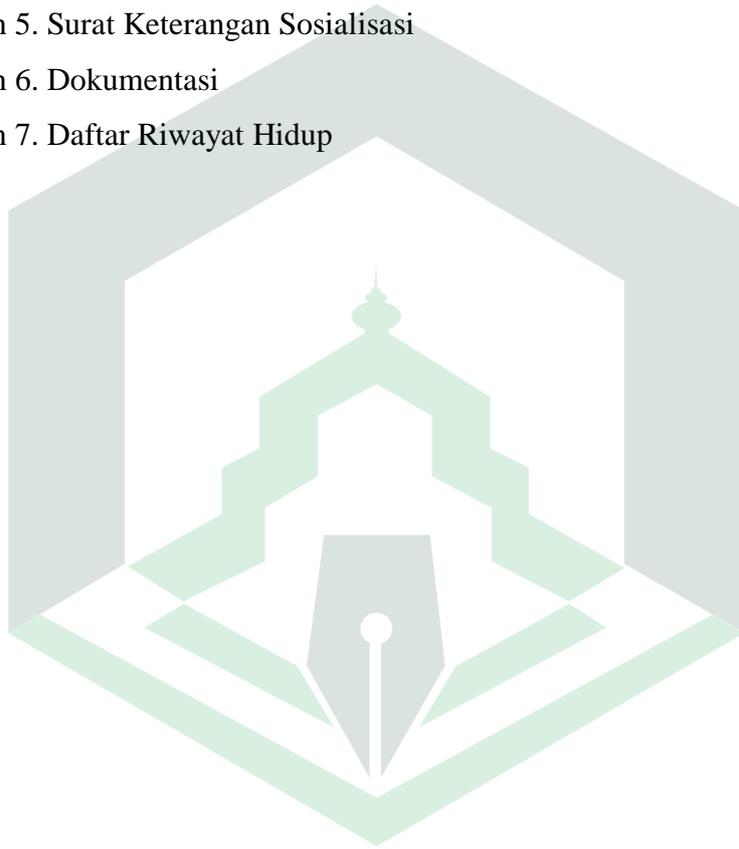
Gambar 2.1. Kerangka Pikir.....	24
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	43



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Surat Zin Penelitian
- Lampiran 5. Surat Keterangan Sosialisasi
- Lampiran 6. Dokumentasi
- Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Samsuddin, 2020. “*Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Kota Palopo Dalam Memilih Produk Gadai Syariah*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ahmad Syarief Iskandar dan Ilham.

Skripsi ini membahas tentang Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Kota Palopo Dalam memilih gadai syariah. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui apakah faktor budaya mempengaruhi masyarakat kota Palopo dalam memilih gadai syariah, apakah faktor sosial mempengaruhi masyarakat kota Palopo dalam memilih gadai syariah dan untuk mengetahui kedua faktor budaya dan faktor sosial, secara bersama-sama berpengaruh terhadap motivasi memilih gadai syariah. Jenis penelitian ini adalah *ex-post facto* fokus pada pengungkapan hubungan kausal antara variabel menggunakan pendekatan kuantitatif, populasinya adalah seluruh masyarakat kota Palopo. Sampel yang digunakan, sebanyak 99 orang. Data yang diperoleh melalui observasi dan lembar kuesioner. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: faktor budaya (X_1) berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah (Y), faktor sosial (X_2), berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah (Y) dan secara simultan ketiga faktor budaya dan faktor sosial berpengaruh terhadap motivasi memilih produk gadai syariah dengan 67,4 % angka tersebut mengandung arti bahwa variabel faktor budaya (X_1) dan faktor sosial (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel motivasi memilih produk gadai syariah (Y) sebesar 67,4 % sedangkan sisanya 32,6% dipengaruhi dengan faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: faktor budaya, faktor sosial dan motivasi memilih produk gadai syariah.

IAIN PALOPO

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Allah sudah menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, manusia tumbuh bermasyarakat yg saling berinteraksi satu menggunakan yg lainnya, ini hanya buat memenuhi kebutuhannya akan tetapi pula saling memenuhi antara sesama insan menggunakan tolong-menolong pada kegiatan muamalah. Salah satu prinsip ekonomi islam merupakan insan pada berikan kebebasan buat bermuamalah selama ini melampaui ketentuan syariah.

Islam adalah agama yang memberikan pedoman bagi kehidupan manusia secara utuh, meliputi seluruh aspek kehidupan termasuk aspek aqidah, badah, akhlak, dan kehidupan sosial yang mengarah pada pencapaian kebahagiaan dalam kehidupan lahir dan batin, baik dalam kehidupan individu maupun dalam kehidupan bermasyarakat.¹

Dalam sistem Islam terdapat kaidah untuk saling menyayangi di antara manusia, membangun masyarakat dengan dasar tolong-menolong, saling cinta, dan bersaudara. Islam mengajarkan prinsip tolong-menolong antara sesama manusia di mana keadaan setiap manusia berbeda ada yang kaya dan ada juga yang miskin, oleh karena itu, sesama ummat muslim harus saling menolong, di mana yang berlebihan (harta) menolong yang kekurangan dalam hal untuk mencukupi keperluan hidup seseorang.

¹ Suparman usman, hukum slam (Asas-asas dan pengantar hukum islam dalam tata hukum indonesia), (cet.I;Jakarta: Gaya media Pratama, 2001), 66.

. Bentuk membantu seseorang dapat berupa tawaran atau pinjaman. Dalam suatu perjanjian pinjam meminjam, peminjam sebagai orang yang meminjamkan harta atau berupa harta kekayaan pemberi pinjaman menjadi bagian dari peminjam. Jaminan ini juga berupa gadai atas sebagian harta kekayaan debitur. Debitur menyerahkan agunan sebagai gadai, yang dijaminan kepada kreditur atau gadai.

Pegadaian merupakan salah satu tempat dimana masyarakat dapat memperoleh jawaban dalam hal kepuasan kebutuhan mereka, baik dalam perak maupun emas. Dan kebutuhan lainnya. Cukup dengan memberikan jaminan yang memiliki nilai ekonomis. Masyarakat dapat memperoleh dana untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan produksi dan konsumsi. Kami dapat mengatakan bahwa proses pembayarannya sederhana.

Pegadaian syariah di Palopo layak dan cemerlang, keinginan masyarakat untuk menggunakan jasanya semakin meningkat, dan pegadaian syariah tidak mempergunakan riba dari produk gadai. Meski tanpa bunga, Pegadaian Syariah tetap diuntungkan, baik dari segi omzet maupun peningkatan pendapatan bulanan. Meskipun dapat juga dilihat dari gerai atau unit syariah yang masih relatif kecil dibandingkan dengan pegadaian konvensional.²

Pegadaian berperan penting dalam menyediakan sumber pendanaan yang instan dan aman. Dibandingkan dengan daerah pedesaan, sebagian besar

² Saputrandri "Analisis potensi dan kendala pengembangan pegadaian syariah di kota medan." Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.2 No.4

kantor mereka terletak di daerah perkotaan, dan mereka menggunakan karyawan untuk menjalankan bisnis mereka di pesisir kota. Di negara berkembang, pegadaian juga sangat baik dari segi pelayanan di karenakan pelayanan pegadaian tidak melihat status sosial bahkan sampai kepada warga di pedesaan, terkhusus para pengusaha kecil serta menengah. Hal tersebut tdk seperti sistem kredit di dukung serta didanai oleh pemerintah, pegadaian berhasil dalam melayani klien jangka pendek kecil dengan lebih sedikit resiko serta pendapatan yang proporsional. Pegadaian juga dilirik oleh negara yang zona wilayah Asia yaitu: Sri Lanka, indonesia, serta Thailand. Birokrasi negara juga memikirkan untuk membatalkan aturan dan metode peminjaman harta tersebut menjadi badan konstitusi di wilayah pribadi atau badan hukum di wilayah publik, agar membantu peningkatan usaha di wilayah pedesaan di Negara mereka secara efisien.³

Gadai adalah perjanjian hutang-piutang antara gadai rahin serta orang yang menerima atau menahan harta benda gadai murtahin yang dilakukan sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak yang berdasarkan dengan hukum syariah.

Menurut perjanjian ini, Allah meminta ar-rahn untuk menggadaikan untuk kepentingan gadai, melunasi hutang dan masyarakat. Keuntungan yang diperoleh pegadaian dapat memenuhi kebutuhannya. Tentu saja dapat mengubah risiko menjadi mudah, sehingga orang dapat menggunakan dana untuk berdagang, mengembangkan bisnis mereka sendiri, dan memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Dengan demikian, debitur akan tenang, merasa

³ Tafrihan pratiwi hasi, "tinjauan hukum islam tentang penanggungan resiko barang jaminan pada pegadaian syariah" (2011). 6.

aman terhadap haknya, dan memperoleh manfaat syar'i. Jika dia memiliki niat baik, dia akan diberi pahala oleh Allah untuk membantu mereka yang membutuhkan.

Masalah hutang tidak dilupakan oleh masyarakat karena permintaan yang terus meningkat, hal ini terkadang tidak dapat dihindarkan, pada saat yang sama banyak menimbulkan ketidakpercayaan di antara masyarakat dan kejadian-kejadian lainnya. meminta jaminan atau barang berharga, harta yang dipinjamkan kepadanya.

Berbagai contoh kehidupan sehari-hari di masyarakat kita berkaitan dengan segala macam hal. Mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan keuangan keluarga mereka, tetapi menemukan kebutuhan ekonomi tidak semudah yang dibayangkan. Terkadang mereka menemui kendala yang membuat mereka ingin menggadaikannya. Barang yang bernilai ekonomis yang dipunyai, seperti logam mulia, tanah, surat berharga, dll. Harta tersebut digadaikan demi mendapatkan sejumlah uang, ini adalah bentuk sederhana, praktis dan ekonomis, bentuk kasih sayang tanpa proses ilmiah yang mendalam masyarakat Palopo.

Berdasarkan hasil observasi oleh peneliti di pegadaian syariah, pihak bersangkutan telah berupaya keras memberikan pelayanan yang maksimal, agar jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai bisa meningkat. Namun, pengamatan peneliti, masih dijumpai beberapa permasalahan dalam kegiatan gadai yang akan berimbas pada jumlah nasabah yang menggunakan

produk motivasi memilih gadai syariah. Dalam hal tersebut ada beberapa yang dijumpai oleh peneliti:

1. bahwa masyarakat kota Palopo yang menggunakan produk motivasi memilih produk gadai syariah sejumlah 4%
2. banyak unit pegadaian di kota Palopo yang berjumlah 5 unit, satu diantaranya adalah pegadaian syariah
3. dan kebanyakan masyarakat menggadaikan barangnya dikarenakan faktor ekonomi.

Berdasarkan literatur yang dibaca oleh peneliti, ada beberapa faktor yang menjadi titik fokus oleh peneliti di antaranya sebagai berikut :

1. Faktor sosial

Faktor sosial adalah dalam faktor sosial ada empat perihal yang paling mendasar yang mempengaruhi masyarakat di antaranya kekayaan, kekuasaan, Kehormatan, adat istiadat, dan Tingkat penguasaan Ilmu pengetahuan.

Dalam pengkajian tentang faktor sosial telah diteliti oleh Vivi apriyanti dengan judul penelitian “pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan menjadi nasabah gadai emas di pegadaian syariah jambi”, berdasarkan hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa faktor sosial dan individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan emas di pegadaian syariah jambi. Hasil ini menunjukkan bahwa 83,6% keputusan pelanggan yang berharga dapat dijelaskan oleh variasi perubahan variabel. dalam faktor sosial.

2. Faktor budaya

Faktor budaya adalah faktor penentu yang sangat mendasar dari kemauan serta sikap seorang. Faktor tersebut diakibatkan tingkah laku golongan, agama, negara, suku, serta daerah.

Dalam pengkajian tentang faktor budaya telah pernah diteliti sebelumnya oleh Syukron rizki asyhari lubis dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan”. Dengan hasil Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R² (adjusted R-squared) sebesar 0,1% variabel promosi, budaya, sosial dan personal mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan produk haji arrum a PT Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak sedangkan sisanya 42,9% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil observasi awal dari peneliti dan hasil penelitian sebelumnya yang diuraikan diatas, maka peneliti sangat tertarik mengkaji lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Palopo dalam menggunakan produk motivasi memilih gadai syariah. Peneliti berharap dapat memecahkan masalah diatas dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat kota Palopo.

B. Rumusan Masalah

Dari pembahasan latar belakang tersebut dapat kita rumuskan pokok permasalahan yang hendak jadi titik pokok penelitian tersebut:

1. Apakah faktor sosial mempengaruhi motivasi masyarakat kota Palopo dalam memilih gadai syariah ?
2. Apakah faktor budaya mempengaruhi motivasi masyarakat kota Palopo dalam memilih gadai syariah ?
3. Apakah kedua faktor budaya, dan faktor sosial, secara seksama berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam memilih gadai syariah ?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan dari rumusan masalah di atas hingga tujuan penelitian ini yang hendak dicapai oleh penelitian yauti :

1. Untuk mengetahui Apakah faktor sosial mempengaruhi masyarakat kota Palopo dalam menggunakan gada syariah.
2. Untuk mengetahui Apakah faktor budaya mempengaruhi masyarakat kota Palopo dalam menggunakan motivasi memilih gadai syariah.
3. Untuk mengetahui kedua faktor budaya, dan faktor sosial, secara seksama berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam memilih gadai syariah

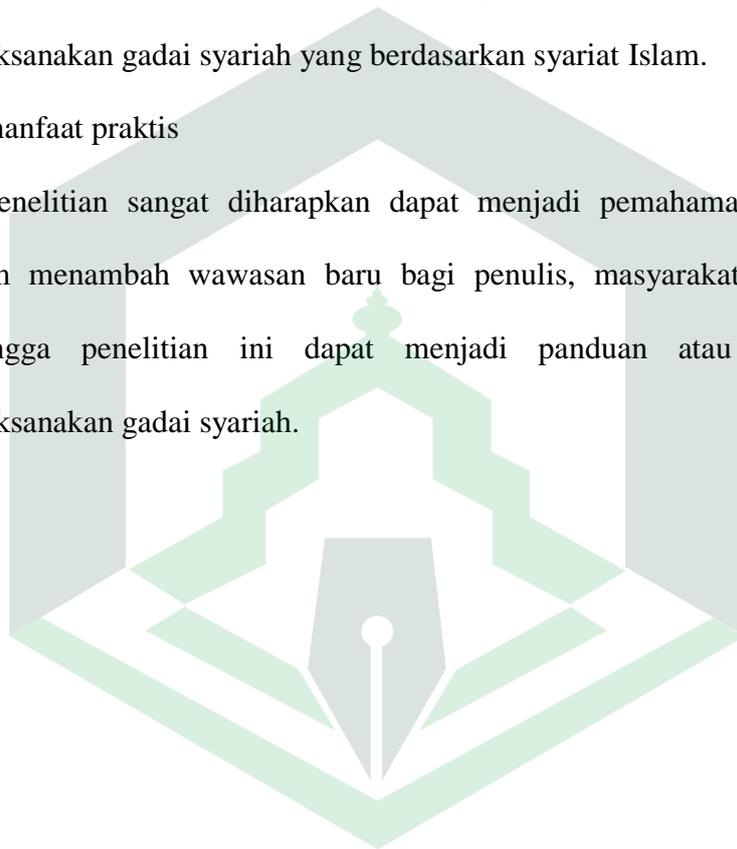
D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

penelitian juga diharapkan menambah pemahaman pengetahuan bagi masyarakat kota Palopo sehingga dapat menjadi pengetahuan dalam melaksanakan gadai syariah yang berdasarkan syariat Islam.

2. manfaat praktis

Penelitian sangat diharapkan dapat menjadi pemahaman dan literatur dalam menambah wawasan baru bagi penulis, masyarakat dan pembaca. Sehingga penelitian ini dapat menjadi panduan atau acuan dalam melaksanakan gadai syariah.



IAIN PALOPO

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Vivi apriyanti dengan judul "pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan menjadi nasabah gadai emas pada pegadaian syariah cabang jambi," menyimpulkan bahwa hasil analisis dan pembahasan menunjukkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa 83,6% nilai keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh perubahan faktor sosial (X1) dan faktor pribadi (X2), sedangkan sisanya 16,4% nilai keputusan pelanggan ditentukan oleh perubahan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁴
2. Syukron rizki asyhari lubis dengan judul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan". Hasil secara simultan dengan taraf signifikan 10 persen menyatakan bahwa antara variabel promosi, budaya, sosial dan pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pilihan klien dalam pengambilan barang arrum haji di PT Pegadaian Syariah Alaman Bolak Cabang Padangsidempuan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13.311 > 2,12$). Dilihat dari konsekuensi uji koefisien jaminan, nilai R^2 (R squared) adalah 0. Hal ini menunjukkan bahwa 57,1% dari keterbatasan waktu, faktor sosial, sosial dan dampak pilihan klien untuk memanfaatkan tem arrum haji di PT Pegadaian (Persero) Cabang Alaman Bolak Syariah

⁴ Vivi apriyanti "pengaruh faktor sosial dan pribadi terhadap keputusan menjadi nasabah gadai emas pada pegadaian syariah cabang jambi," skripsi 2020.

sedangkan kelebihan 42,9% dipengaruhi atau diklarifikasi oleh berbagai faktor yang tidak dibicarakan dalam tinjauan.⁵

3. Yuni tanti seven purba dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit cepat aman di PT Pegadaian kantor utama kota Medan”. Dengan konsekuensi tinjauan dengan nilai kepentingan 0,01, dapat diketahui bahwa F Hitung (67,687) > F Tabel (4,10), dapat dikatakan bahwa faktor upah (X1), jumlah tenaga kerja (X3) dan pelatihan (X3) secara bersama-sama (all out) Mempengaruhi minat kredit jaminan cepat pada PT Pegadaian (Y) dan berdasarkan uji koefisien jaminan menunjukkan bahwa variabel pembayaran nasabah, jumlah bangsal nasabah dan tingkat sekolah nasabah berpengaruh terhadap maju sebesar 75,5% sedangkan sisanya ($100\% - 75,5\% = 24,5\%$) dipengaruhi oleh berbagai faktor di luar model regresi ini.⁶

IAIN PALOPO

⁵ Syukron rizki asyhari lubis, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan*”, skripsi 2018.

⁶ Yuni tanti seven purba dengan judul “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit cepat aman di PT Pegadaian kantor utama kota Medan*”. Skripsi 2018

B. Landasa Teori

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Engel, Blackwell, Miniard tentang sikap konsumen mencakup deskripsi tentang perilaku yang dicoba konsumen secara langsung ketika memperoleh, menggunakan dan memakai produk, barang serta jasa, tindakan dalam pengambilan sikap sebelum perilaku tersebut serta mengeksplorasi perilaku tersebut.⁷

Menurut Hawklins dkk sikap konsumen merupakan proses studi untuk mengambil tindakan oleh seseorang, kelompok, serta organisasi memilah, melindungi, memakai, serta membuang benda serta jasa, pengalaman, serta gagasan untuk bagaimana memenuhi kebutuhan serta akibat mereka pada konsumen.

Di sisi lain, mengacu pada komentar Loudon dan Bitta, sikap pemakai merupakan metode dan kegiatan menentukan sikap yang benar-benar dikerjakan bagi konsumen dalam menilai, memperoleh, menggunakan atau memperoleh barang dan jasa.

Dari sebagian penafsiran diatas bisa kita disimpulkan kalau sikap konsumen adalah kegiatan yang ada dilapangan yang dikerjakan pelanggan yang berbentuk teknik memperoleh, memakai, membuat sikap untuk memilih, serta berhenti memuaskan permintaan barang dan jasa.⁸

⁷ Atikah “ *Preferensi dan Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Cabang Pondok Aren)* “,Skripsi SI Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010

⁸Tatik suryani, *Perilaku Konsumen; implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: graha lmu, 2008), 5 .

2. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Tindakan konsumen yang dikerjakan oleh konsumen dapat dipengaruhi faktor budaya, sosial, pribadi serta psikologis. Dalam proses mendapatkan barang serta jasa, konsumen juga ingin memilikinya, namun beberapa faktor yang mempengaruhinya, adalah :⁹

a. Faktor Budaya

Pengaruh faktor budaya adalah determinan sangat fundamental dari kehendak serta tindakan seorang. Faktor tersebut dipengaruhi golongan, agama, kebangsaan, marga, serta letak daerah. Budaya menggambarkan seperangkat nilai dasar, asumsi, aspirasi, dan sikap yang dipelajari suatu kelompok dari keluarga dan institusi penting lainnya. Setiap budaya terdiri dari subkultur yang lebih kecil yang memberikan sosialisasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk kelompok. Faktor budaya pelaksanaan gadai emas dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan organisasi.¹⁰

Adapun indikator faktor sosial sebagai berikut :¹¹

1) Kebudayaan

Budaya menemukan kerinduan dan perspektif individu yang paling penting. Ketika aktivitas lain mungkin menjadi faktor terpenting yang bergantung pada ndera, perilaku manusia biasanya dididik. Seorang anak

⁹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Analisis Perencanaan implementasi dan pengendalian)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 224.

¹⁰ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), . 331

¹¹ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), 11

muda yang kreatif menciptakan mentalitas yang berbeda, keyakinan, kecenderungan dan melalui siklus besar lainnya.

2) Sub-Budaya

Setiap budaya terdiri dari subkultur, subkultur yang lebih sederhana yang memungkinkan informasi dan sosialisasi yang lebih spesifik kepada individunya. Subkultur dapat dipisahkan menjadi 4 macam: daerah geografis, kelompok ras, kelompok agama, serta kelompok nasionalis.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah pertemuan yang umumnya homogen dan tahan lama dalam masyarakat umum, yang semakin terorganisir dan individu-individunya memiliki kualitas, perhatian, dan perspektif yang sama.

b. Faktor Sosial

beberapa hal mendasar yang menimbulkan derajat sosial yang ada di masyarakat Kekayaan, Kekuasaan, Kehormatan, Tingkat ilmu pengetahuan seseorang terkadang dipengaruhi oleh faktor sosial, seperti peran dan status sosial kelompok kecil, keluarga. Sikap konsumen juga diakibatkan oleh golongan (kelompok). Kelompok juga memiliki peran langsung. Adapun faktor sosial dalam pelaksanaan Gadai juga dipengaruhi dalamnya pemahaman atau keilmuan serta pendapat pakar ahli ekonomi Islam sangat profesional yang mendukung produk pegadaian.

Adapun indikator faktor sosial diantaranya sebagai berikut :¹²

1) kelompok referensi

Sekelompok ditujukan untuk semua pertemuan yang mempengaruhi perilaku atau mentalitas individu. beberapa di antaranya adalah pertemuan penting dengan komunikasi yang moderat, seperti keluarga, sahabat, tetangga, dan rekan. Auxiliary gathering yang lebih formal dan memiliki kolaborasi yang lebih berlarut-larut. Kumpulan yang diidamkan seseorang dikenal sebagai kumpulan kerinduan. Pertemuan disosiatif dan pertemuan yang nilai perilakunya tidak dinikmati oleh individu.

2) Keluarga

Keluarga dapat dikenali dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah arah keluarga, wali adalah wali. kepercayaan diri, cinta, keluarga prokreasi, seperti, dukungan realitas untuk anak-anak, keluarga adalah pembelian dan khususnya dalam industri dan dianggap dari atas ke bawah.

3) Peran dan status

Seorang individu biasanya mengambil bagian dalam tandan selama hidupnya, keluarga, klub, asosiasi. Situasi individu dalam setiap pertemuan dapat dibedakan dalam posisi dan tempat.

¹² Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), 12

c. Faktor Pribadi

Perilaku seseorang juga dipengaruhi karakteristik pribadi, umur serta tahap siklus kehidupan, profesi, status ekonomis, fashion, karakter seseorang. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut:

1) Usia dan siklus hidup

Ketika seseorang tergantung pada berbagai tahap siklus hidup keluarga. Seseorang yang usianya sudah dewasa akan mengalami sebuah perubahan serta pengalaman hidup.

2) Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Misalnya, pekerja keras dan pekerja kantoran memiliki konsumsi yang berbeda, seperti pekerja kantoran akan membeli sebuah pakaian formal berupa kemeja dan jas, sedangkan pekerja keras akan membeli pakaian untuk bekerja seperti sepatu boot dan lain-lain.

3) Ekonomi

Perilaku Konsumen, didefinisikan sebagai perihal yang dimiliki seseorang yang bernilai ekonomi meliputi pendapatan disposabel, tabungan, serta aset.

4) Gaya hidup

Gaya hidup seseorang merupakan sebuah fenomena sosial yang berhubungan dengan wilayah yang dapat pula mencerminkan suatu di balik kelas sosial seorang.

5) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah karakter individu yang tidak bisa terpisahkan oleh diri kita, berbeda dengan seseorang beranggapan bahwa respon dari lingkungan relatif konstan.

d. Faktor Psikologi

Pilihan Konsumen seseorang selanjutnya dipengaruhi oleh faktor psikologis yaitu motivasi, asumsi, pengetahuan dan keyakinan. Motivasi merupakan kebutuhan mendesak yang dapat membimbing seseorang untuk menemukan cara memenuhi kebutuhan hidupnya.¹³

Dalam faktor psikologis ini, seseorang seolah-olah memiliki rasa nyaman dan aman saat menggunakan produk Rahn, yang mengarah pada rasa kepuasan tertentu.

Kelompok acuan orang yang ingin mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung, adapun kelompok yang mempengaruhi ialah pertemuan penting dan pertemuan opsional. Pertemuan besar adalah tanda yang berada dalam kontak tetap dan biasanya bersifat kausal. Seperti keluarga, sahabat, tetangga, dan rekan kerja. Auxiliary gathering adalah kumpulan yang tidak memiliki kolaborasi yang konsisten dan secara umum akan benar, seperti asosiasi, dan afiliasi pakar.¹⁴

¹³ Nurul Aini, "*Motivasi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas* (Gambaran Deskriptif Pada BRI Syariah KC BSD City). Skripsi SI Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012

¹⁴ Philip Kotler, *manajemen pemasaran: analisis perencanaan dan pengendalian*, (Jakarta: erlangga, 1996), ed.5.181

3. Keputusan konsumen

Keputusan konsumen tentang suatu produk pada dasarnya terkait erat dengan perilaku konsumen. Setelah menjadikan produk sebagai konsumen.

Dari penafsiran keputusan konsumen di atas, cenderung ditentukan bahwa pilihan pelanggan adalah sikap individu dalam menjamin pilihan untuk menemukan tergantung pada kebutuhan dan keinginan pembeli yang mencakup presentasi, pencarian informasi, pemanfaatan elektif, pilihan pembeli, dan perspektif pasca-pembelian. yang digambarkan dalam kemajuan terlampir:

- a. Pengakuan Kebutuhan Pengenalan kebutuhan ketika pembeli mengalami keselarasan antara kondisi tertentu.
- b. Pencarian Realitas Setelah membedakan kebutuhan dan kebutuhan, pembeli menemukan realitas yang menggantikan berbagai teknik yang dapat diakses untuk memenuhi kebutuhan mereka.
- c. Penilaian cara-cara alternatif Konsumen akan memanfaatkan realitas yang tersimpan dalam ingatan, selain memanfaatkan realitas yang diperoleh dari luar untuk membuat ukuran yang membatasi.
- d. Pelanggan sesuai dengan evaluasi cara alternatif, sehingga pembeli dapat memutuskan apakah suatu barang akan dibeli atau memilih untuk tidak membeli dengan cara apa pun.
- e. Perilaku setelah menggunakan produk, pembeli berharap bahwa efek langsungnya tergantung pada pembeli. Bagaimana harapan tersebut

dipenuhi, pilih apakah pembeli terpenuhi atau kecewa dengan memanfaatkan pelanggan ini.

Dari empat faktor di atas yang dibahas dalam bab ini akan menjadi fokus penelitian kali ini, peneliti hanya berfokus pada dua faktor spesifik yang menjadi titik fokus pada penelitian kali ini adalah faktor lokasi ditentukan dari aspek demografi yang merupakan faktor Budaya. dan faktor sosial ditinjau dari tingkat ilmu dan kemampuan. Tingkat pengetahuan dan kemampuan dibahas dalam faktor sosial, yang merupakan bagian dari kelas dalam kehidupan sosial.

4. Motivasi dalam memilih produk gadai (*Rahn*)

a. Motivasi

Inspirasi berasal dari kata latin *movere* yang berarti dukungan dari dalam diri orang untuk bertindak atau bertindak. Bagi Soekidjo Notoatmodjo, inspirasi adalah penjelasan (pemikiran) bagi seseorang untuk bertindak guna memenuhi kebutuhan esensialnya. bagi Mangkunegara, inspirasi adalah kondisi yang berdampak pada penghidupan, pengarahan, dan pemeliharaan mentalitas yang diidentikkan dengan ruang kerja. inspirasi adalah kekuatan yang mendorong seseorang atau seseorang untuk secara efektif memenuhi kebutuhan pada waktu tertentu untuk mencapai pemenuhan deal pada tingkat tertentu. Mencermati penilaian para ahli di atas, cenderung beralasan bahwa respirasi merupakan dukungan yang dapat menggugah keinginan para wakil untuk mulai mengelola pekerjaan sesuai kewajiban dan kewajibannya.

Indikator motivasi kerja menurut Abraham Maslow sebagai berikut: ¹⁵

- 1) Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan makan, minum, melindungi diri secara fisik, bernafas dan seksualitas.
- 2) Kebutuhan rasa aman adalah kebutuhan akan perlindungan terhadap ancaman, bahaya, konflik dan lingkungan.
- 3) Kebutuhan untuk merasa memiliki, yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, kebutuhan untuk dimiliki, untuk berinteraksi, kebutuhan untuk mencintai dan untuk dicintai.
- 4) Kebutuhan akan harga diri adalah kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.
- 5) Kebutuhan akan aktualisasi diri, atau kebutuhan untuk menggunakan keterampilan, kemampuan dan potensi Kebutuhan untuk mengungkapkan pendapat.

b. *Rahn* (Gadai)

- 1) Pengertian ranh(gadai)

Menurut fiqh, gadai (*rahn*) adalah suatu perjanjian untuk menyerahkan barang berharga yang memiliki nilai ekonomis di serahkan kepada pemberi pinjaman sebagai jaminan atas apa yang dipinjamnya. *Rahn* berarti menahan jamina yang di gadaikan seseorang (peminjam) untuk menjadi jaminan atas pinjaman tersebut. Benda yang dimiliki bernilai ekonomis, sehingga orang yang memegang barang tersebut dijamin akan melunasi seluruh atau sebagian

¹⁵ Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (Cetakan ke 12. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 101-102

hutangnya.¹⁶

Pegadaian Syariah adalah pegadaian atau benda fisik yang mengalihkan kepemilikan harta atau barang berharga yang bernilai ekonomis dari nasabah (*arrahin*) terhadap pegadaian (*murtahin*). Adapun juga prinsip ar-rahnu sebagai agunan (*marhun*) digunakan untuk pengelolaan kepada nasabah Pinjaman yang diberikan oleh peminjam (*al-murin bih*). Untuk kamus besar bahasa Arab, kata Gadai berasal dari bahasa Arab, yaitu rahn yang artinya (tetap dan panjang), yang artinya diam (pengekangan dan keharusan). Yang lain percaya bahwa rahn terpenjara dan terjatuh dalam bahasa. Secara istilah, ke-tentuan rahn berarti: Adapun istilah syarak': suatu akad yang tujuannya untuk menahan harta benda dengan hak yang harus dibayar lunas. Definisi lain menjelaskan apa artinya: bila memungkinkan, menggunakan barang berharga dalam hukum Islam sebagai jaminan utang, mengembalikan uang atau mendapatkan sebagian dari barang tersebut. Pengertian yang mempunyai arti yang sama dengan gadai merupakan akad pinjam-meminjam dimana pihak pertama mengadai barang yang bernilai ekonomis untuk mendapatkan apa yang dia butuhkan, barang tersebut diserahkan kepada pihak kedua untuk menjaminkan apa yang di pinjamkan.¹⁷

Pada prinsipnya gadai merupakan akad pinjam meminjam yang dibolehkan oleh Islam. Adapun ayat yang memperbolehkan perijinan gadai, yaitu:

¹⁶ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (yogyakarta : Graha Ilmu, 2007). 64

¹⁷ Muhammad Yafiz, Jurnal , *Darwis Harahap, Produk Gadai Emas di Perbankan Syariah: Analisis Masalah Ekonomi*, Volume 5. No. 1 Januari – Juni 2018

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ إِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ - ٢٨٣ ﴾

Terjemahannya:

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa menyembunyikannya, sungguh, hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”¹⁸

Produk gadai yang diberikan oleh toko barang bekas syariah hanyalah barang gadai menurut hukum syariah. ini adalah sesuatu yang digunakan, karena emas adalah sumber daya yang paling penting dibandingkan dengan sumber daya lain, jadi apa yang menimpa klien default dan darurat uang.

Gadai atau ar-rahn adalah menjadikan salah satu barang dagangan yang mempunyai tempat pada penanggung sebagai jaminan atas kredit yang diperolehnya, secara langsung dapat diartikan bahwa rahn adalah semacam jaminan kewajiban atau gadai.

¹⁸ <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/283> (diakses pada tgl 4 Juli 2020, 16:58).

2) Produk-produk pegadaian syariah

a) *Ar rah* (motivasi memilih gadai syariah)

Motivasi memilih produk gadai syariah (*Ar-rahn*) merupakan akad pinjaman sederhana dan instan yang dapat memenuhi kebutuhan finansial melalui sistem gadai yang sesuai dengan hukum Syariah dan menggunakan logam mulia (emas), perhiasan, elektronik serta kendaraan bermotor sebagai jaminan. Perihal tersebut sejalan dengan Fatwa No 1 Komisi Nasional Hukum Syariah. 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn, tanggal 26 Juni 2002, 13 dan No. 26/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn Emas, 28 Maret 2002.¹⁹

b) *Ar-rum* (*ar-rahn* untuk usaha kecil mikro)

Pegadaian Syariah adalah organisasi yang kegiatannya mengelola usaha gadai, namun cakupannya lebih luas dari organisasi yang mengelola di bidang usaha keuangan kecil dan mikro berdasarkan sistem hukum Syariah. Sebuah tindakan awal untuk mewujudkan de tersebut, kini kami mencoba mengembangkan rencana pembiayaan untuk sistem *Ar-rahn*, konsepnya adalah mengembalikan pinjaman secara mencicil melalui gadai (memegang agunan) atau deposito (hanya dokumen). kepemilikan properti).

c) *Mulia* (murabahah logam mulia buat nvestasi abadi)

Mulia merupakan fasilitas yang menjual logam mulia terhadap warga secara tunai serta angsuran melalui pegadaian, serta mempromosikan

¹⁹ Ahmad Kamil dan M. Fauzan, Kitab Undang-undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah, (Jakarta: Kencana, 2007).545

kepemilikan emas batangan melalui prosedur kapitalisasi dalam jangka waktu fleksibel tertentu.

d) Amanah (murabahah kepemilikan kendaraan bermotor ataupun mobil)

Amanah merupakan produk pegadaian syariah yang digunakan untuk memberikan kepemilikan kendaraan kepada seseorang dengan proses pinjaman. Produk tersebut menerapkan kaidah hukum Syariah melalui akad Murabahah yang memberikan pinjaman. Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan pegawai swasta berdasarkan syariat untuk membiayai cicilan kepemilikan sepeda motor atau mobil.²⁰

3) Rukun dan syarat gadai

a) Rukun Gadai

Rukun gadai meliputi orang yang menggadaikan (*Rahin*), barang yang digadaikan (*Marhun*), orang yang menerima gadai (*Murtahin*), sesuatu yang karenanya diadakan gadai, yakni harga, dan sifat akad gadai.

b) Syarat Sah Gadai

Disyaratkan untuk sahnya akad gadai sebagai berikut:

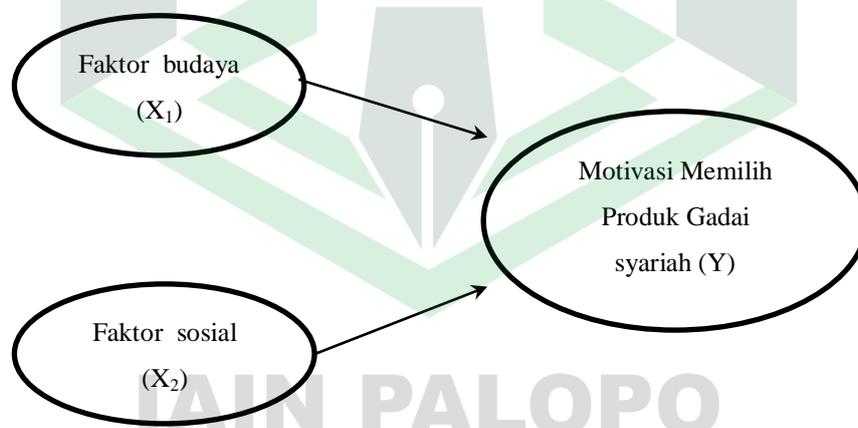
- (1) Berakal (tidak gila)
- (2) *baligh* (dewasa)
- (3) wujudnya *marhun*
- (4) *marhun* dipegang oleh *murtahin*.

²⁰ www.pegadaian.co.id (diakses pada tgl 4 juli 2020,17;32)

Asy Syafi'i mengatakan bahwa syarat sah gadai adalah harus ada jaminan yang berkriteria jelas dalam serah terima. Sedangkan Maliki mensyaratkan bahwa gadai wajib dengan akad dan setelah akad, orang yang menggadaikan wajib menyerahkan barang jaminan kepada yang menerima gadai.²¹

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yaitu sebuah model, atau gambaran, sebagai suatu gagasan untuk memperjelas hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.



Gambar 2.1 Kerangka pikir

²¹ Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Ed.I; Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), 53.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang dikemukakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 : tidak ada pengaruh faktor budaya terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

H_1 : terdapat pengaruh faktor budaya terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

2. H_0 : tidak ada pengaruh faktor sosial terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

H_2 : terdapat pengaruh faktor sosial terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

3. H_0 : tidak ada pengaruh antara faktor budaya dan faktor sosial secara bersama terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

H_3 : terdapat pengaruh antara faktor budaya dan faktor sosial secara bersama terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah.

IAIN PALOPO

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam riset kali ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif untuk: mengubah informasi tertentu menjadi angka, yang dapat disiapkan atau dianalisis untuk menjadi tolok ukur, dan teknik komputasi statistik dapat digunakan untuk pemrosesan atau analisis.²² Menggunakan penalaran (dapat menarik kesimpulan), tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Palopo selama tiga bulan yaitu pada bulan februari – april 2021.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Faktor budaya(X1)

Kebudayaan merupakan sekumpulan perilaku daerah yang dilakukan secara terus menerus oleh masyarakat umum dan wajar. Budaya memiliki sifat yang sangat membingungkan karena dapat menciptakan dari satu zaman ke zaman lainnya untuk membingkai perenungan, perspektif, atau kualitas. Elemen sosial menggabungkan budaya, subkultur, dan kelas sosial. Faktor sosial ni berubah menjadi faktor bebas dengan mempengaruhi variabel terikat, khususnya pilihan individu untuk menerima pengakuan bagi dirinya sendiri. Penunjuk variabel sosial terdiri dari:

²² Sofyan Siregar, Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 38.

- a. Kultur
 - b. Subkulture
 - c. Kelas Sosial
2. Faktor Sosial (X2)

Faktor sosial adalah faktor yang muncul dari komunikasi sosial dalam klim umum. Komponen sosial mencakup rekan kerja, keluarga, pekerjaan, dan status. Komponen sosial dapat menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi pilihan kredit individu. Penunjuk faktor sosial adalah sebagai berikut:

- a. Kelompok Referensi
 - b. Keluarga
 - c. Peran dan Status
3. Motivasi memilih produk gadai syariah (Y)

Motivasi memilih produk gadai syariah merupakan dorongan kebutuhan dan keinginan yang mengarah pada suatu tindakan untuk menggunakan barang atau jasa seperti motivasi dalam memilih produk gadai. indikator variabel motivasi memilih produk gadai syariah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan fisiologis
- b. Kebutuhan rasa aman
- c. Kebutuhan untuk merasa memiliki
- d. Kebutuhan akan harga diri
- e. Kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah artikel dalam pemeriksaan yang digunakan sebagai tujuan untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi. Dilihat dari pemahaman penduduk dalam ulasan ni, seluruh wilayah kota Palopo memanfaatkan produk gadai serta masyarakat palopo yang belum memanfaatkan gadai.²³ Berdasarkan pengertian tersebut populasi dalam penelitian ni adalah keseluruhan masyarakat kota Palopo yang tidak menggunakan produk gadai syariah dan yang menggunakan produk motivasi memilih gadai syariah. berdasarkan penjelasan diatas populasi dalam penelitian kali ni yang menjadi populasi semua masyarakat Palopo dengan angka populasi sebanyak 184.164 jiwa²⁴

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan dipercaya dapat mewakili keseluruhan populasi yang ada.²⁵ Teknik dalam menentukan sampel megunakan teknik *Random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak.

Rumus yang digunakan untuk menentukan besaran populasi merupakan rumus *slovin*, sebagai berikut :²⁶

²³Joko Subagyo, Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), . 23.

²⁴Badan pusat statistik kota palopo,2020 kota palopo dalam angka *palopo municipality figures 2020*. Kota Palopo : badan pusat statistik.

²⁵ Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, (Cet.23; Bandung: Alfabeta, 2013), 62

²⁶ Bambang Prasetyo dan Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif.(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 137.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : besaran sampel

N : besaran populasi

e^2 : nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel)

Dari penjelasan rumus diatas, dapat ditentukan besarnya sampel dalam penelitian dengan jumlah populasi 184164 jiwa serta batasan tingkat kesalahan dalam menentukan sampel (*Margin Of Error*) sebesar 10%.

$$n = \frac{184164}{1 + 184164 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{184164}{1 + 184164 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{184164}{1 + (184164) \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{184164}{1 + 1841,64}$$

$$n = \frac{184164}{1842,64}$$

$$n = 99$$

E. Teknik pengumpulan data

Agar dapat memperoleh data yang cukup serta akurat untuk penelitian ini menggunakan berbagai metode dan strategi penelitian lapangan, terutama teknik pemilahan informasi dilakukan secara langsung dilapangan dan data yang dikumpulkan melalui media yaitu:

Observasi Merupakan pengamatan secara langsung di tempat secara sadar dan sistematis terhadap fenomena sosial dengan gejala dan catatan psikologis.²⁷

- b. Kuesioner atau angket merupakan alat pertanyaan untuk mengumpulkan data yang disampaikan kepada responden dalam bentuk tertulis dan disediakan melalui media online. Menggunakan skala Likert untuk mengukur persetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap suatu objek, seperti terlihat pada tabel 3.1 berikut di bawah ini :

Tabel 3.1 Skala penilaian likert

Simbol	Alternative jawaban	Skor
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

²⁷ Joko Subagyo, Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 63.

F. Instrumen penelitian

Instrumen pada penelitian kali ini menggunakan lembar kuesioner dapat dilihat pada *lampiran 1*.

G. Uji Validitas Dan Reliabilitas instrumen

1. Uji validitas

Efektivitas yaitu alat estimasi dapat mengukur hal yang perlu diukur. Dokumen substantif atau legal sangat efektif. Ketiga, alat dengan metode yang kurang efektif kurang efektif. Sebelum mengumpulkan informasi, pertamanya cobalah untuk menyelidiki pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner untuk menentukan validitasnya.

Jadi validitas adalah ukuran apakah pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, yang berarti kuesioner dapat memperoleh data yang benar dari variabel-variabel yang akan diteliti. Setelah mendapatkan skor dan menganalisis skor yang diperoleh serta mencari tahu hubungan dari penelitian, setiap tim dengan skor total untuk setiap atribut. Teknologi terkait yang digunakan yaitu *Pearson Product Moment Correlation*.²⁸

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi antara tem (x) dengan skor total (y)

N = banyaknya responden

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 168.

X = skor yang diperoleh dari seluruh tem

y = skor total yang diperoleh dari seluruh tem

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Pengujian uji validitas instrumen menggunakan alat mengolah angka pada komputer yaitu program Microsoft Excel dengan ketentuan seperti diatas, Jika suatu tem memiliki korelasi yang signifikansi (r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}), maka dapat kita simpulkan bahwa tes tersebut valid. Adapun ciri-ciri untuk mendapatkan hasil uji yang lebih terarah yaitu sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
 - b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Uji Reliabilitas instrumen

Reliabilitas berawal dari kata “reliability” dapat diartikan sebagai kredibilitas alat barometer dalam pengujian. Jika dilakukan pengujian beberapa kali menemukan hasil pengujian yang memperoleh hasil sama, selama tidak ada perubahan pengukuran pada subjek tersebut maka hasil pengukuran tersebut kredibel.

Untuk memeriksa apakah respons terhadap tes atau instrumen itu konsisten, stabil, atau tidak mengejutkan, seringkali diakhiri dengan memberikan tes serupa lebih dari sekali (dua kali) artikel serupa atau tes

serupa yang dilakukan oleh orang yang diwawancarai. Pengujian dua kali adalah persyaratan dasar untuk melihat apakah objek yang diestimasi dapat diandalkan.

Berikut ini metode yang digunakan untuk menguji menggunakan metode *Alfa Cronbach* yaitu koefisien reliabilitas yang menunjukkan hasil serta sejauh mana alat ukur (item) berhubungan positif satu dan lainnya.²⁹

Uji reliabilitas ini dilakukan dalam program SPSS Standar untuk mengevaluasi uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

- a. Apabila *Cronbach Alpha* $\geq 0,8$ maka dapat kita simpulkan kuesioner tersebut dianggap reliabilitas baik.
- b. Apabila *Cronbach Alpha* 0,6 - 0,79, maka dapat kita simpulkan kuesioner tersebut reliabilitasnya diterima
- c. Apabila *Cronbach Alpha* \leq maka dapat kita simpulkan kuesioner tersebut tidak diterima atau tidak *reliable*

Uji reliabilitas digunakan untuk “mengukur kuesioner sebagai indikator variabel. Jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu di masa yang akan datang, kuesioner tersebut dikatakan reliabel. Reliabilitas dapat diperoleh dengan menghitung skor apakah dalam mengukur poin pertama dan kedua, semua berkorelasi.³⁰

²⁹ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2012), 165.

³⁰ Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistik Modern untuk ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 217.

H. Teknik Analisis Data

Teknik penelitian dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda serta menguji hipotesis dalam penelitian ini, berikut uji-uji yang akan digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis uji regresi merupakan teknik statistik dapat digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Regresi berganda sering kali digunakan untuk memecahkan masalah bahwa uji regresi linier berganda mengarah pada hubungan antara dua variabel bebas atau lebih dari dua. Berikut ini adalah model persamaan regresi linier berganda :³¹

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y' = nilai pengaruh yang diprediksikan

a = konstanta atau bilangan harga X = 0

b = koefisien regresi

X = nilai variabel dependen

Apapun Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor ekonomi. Sedangkan variabel terikatnya yaitu motivasi memilih gadai syariah. Dalam pengujian kali ini menggunakan bantuan dari program SPSS (*Statistical Products and Service Solutions*). Bentuk persamaannya sebagai berikut :

³¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif. (Bandung: Alfabeta, 2013), 262.

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

Y = Koefisien

a = Konstanta

b1 =Koefisien

b2 = Koefisien

X1 =Vavariariabel

X2 = Variabel

e = Standard Error

Mengevaluasi keakuratan fungsi regresi sampel untuk memperkirakan nilai sebenarnya, yang dapat diukur dari nilai T statistik, nilai F statistik dari nilai koefisien determinasi.³²

IAIN PALOPO

³² Wiratna Sujarweni, Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi, (Yogyakarta: PUSTAKA BARU PRESS, 2015), .160

2. Uji Hipotesa

a. Uji f

Uji F digunakan buat menguji salah satu hipotesis dalam riset dengan memakai analisis regresi linier berganda. Uji F digunakan untuk mencari tahu pengaruh simultan (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F ditunjukkan pada kolom sig pada tabel ANOVA. standar:

- 1) Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.
- 2) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama.

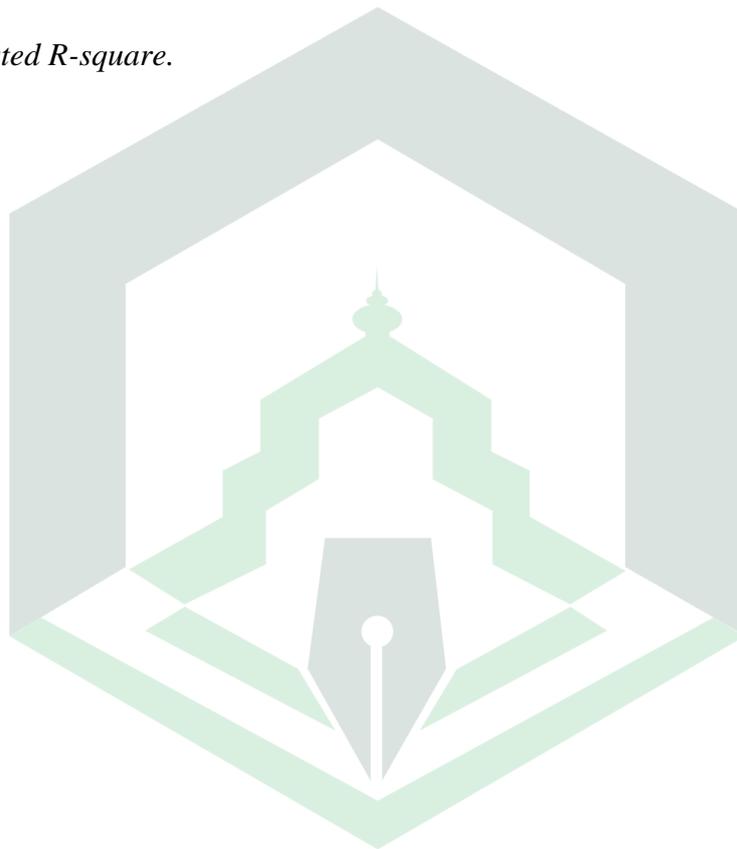
b. Uji t

Uji-t digunakan untuk menguji salah satu hipotesis penelitian dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji t digunakan untuk menerapkan uji parsial pada setiap variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel koefisien pada kolom sig. Standar dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika probabilitas $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh parsial terhadap variabel dependen.
- 2) Jika probabilitas $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui proporsi atau persentase variasi total variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Jika analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, gunakan nilai *R-squared*. Namun jika analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka digunakan *adjusted R-square*.



IAIN PALOPO

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Pegadaian Syariah Palopo

Pemerintah pertama kali mendirikan lembaga pegadaian mula bernama Pegadaian di Sukabumi, Jawa Barat. Bertepatan pada tanggal 1 April 1901, Wolf Van Westerode berprofesi selaku kepala pegadaian nasional awal yang misinya menolong masyarakat keluar dari jebakan riba dengan memberikan pinjaman serta hukum gadai. Dari industri biro (1901), anak industri BUMN BW (1928) (1969), kembali ke Perjan tahun 1969. Bertepatan pada lahir PP 10/ 1990 tahun 1990 merupakan bertepatan pada 10 April 1990. Hingga dengan diterbitkannya PP 103 tahun 2000, Pegadaian berstatus Peru serta sudah diresmikan selaku salah satu Tubuh Usaha Kepunyaan Negeri Kementerian Keuangan Republik Indonesia.³³

Terbitnya PP/ 10 yang dikeluarkan pada 1 April 1990 tersebut bisa dilihat selaku tonggak dari kebangkitan pegadaian. Satu perihal yang butuh dicermati merupakan PP/ 10 menekankan misi Pegadaian buat menjauhi rentenir. katakan dengan bunga bank didasarkan pada konsep hukum Syariah, walaupun wajib diakui kalau sebagian aspek baru- baru ni membantah hipotesis ni. Dengan izin Allah SWT, sehabis lewat riset yang lumayan lama, hingga lahirlah lham pendirian unit pelayanan motivasi memilih produk gadai syariah selaku langkah dini pembuatan kementerian yang spesial

³³ Buku Besar atau pedoman Pegadaian Syariah Palopo

menanggulangi aktivitas usaha hukum syariah. Baru pada bertepatan pada 16 Desember 2003 Fatwa Pegadaian MUI yang asli mengumumkan usahanya.³⁴

Meskipun Pegadaian Syariah di Palopo berdiri 10 tahun yang lalu pada tahun 2010, tetapi sudah mulai merumuskan prinsip-prinsip, Selain sistem hukum Islam tradisional, sistem administrasi juga mulai muncul. Pegadaian merupakan lembaga keuangan non-bank yang menjalankan sistem pengelolaan berdasarkan hukum Syariah, yang dianggap sebagai prasyarat untuk beradaptasi dengan sistem pengelolaan hukum Syariah. Untuk Kanwil VI Makassar, Pegadaian Syariah ini merupakan cabang ke-12 di Indonesia dan memiliki 108 unit kerja syariah. Pegadaian Islam didirikan karena dianggap perlu untuk memperkenalkan prinsip-prinsip hukum Syariah, yang juga telah dikembangkan di banyak lembaga lain.

E. Produk-produk Pegadaian Syariah Kota Palopo

Persaingan bisnis dalam lembaga keuangan menjadi salah satu faktor pendorong adanya inovasi-inovasi terhadap produk dan pelayanan jasa keuangan yang ditawarkan. Setiap lembaga keuangan berupaya menyesuaikan pengembangan produk yang ada dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Demikian pula dengan lembaga Pegadaian Syariah Kota Palopo yang telah mengembangkan produk-produknya sebagai berikut :

³⁴ Suci Rahayu, “ Sejarah Pegadaian Syariah di Indonesia”, 19 September 2009 (Bogor: 2009), 3.

a. Produk Pembiayaan

1) Pegadaian KCA (Kredit Cepat Aman)

Pegadaian KCA merupakan pinjaman berdasarkan pelayanan yang mudah aman dan cepat. Agunan (jaminan) berupa emas/perhiasan, kendaraan bermotor (mobil/sepeda motor), elektronik, dan alat rumah tangga lainnya.

2) KREASI

Kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada para pengusaha kecil menengah untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia berarti pinjaman cukup dengan BPKB (Buku Pemilik Kendaraan Bermotor) sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. Kreasi merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat dan aman.

3) KRASIDA

Yaitu pemberian pinjaman kepada para pengusaha mikro kecil (dalam rangka pengembangan usaha dengan sistem gadai). Krasida merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, dan mudah dan agunan berupa emas.

4) Pegadaian *Ar-Rahn* (Gadai)

Pembiayaan *rahn* dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai dengan prinsip syariah, jaminan berupa barang perhiasan, elektronik, dan kendaraan bermotor.

5) Pegadaian ARRUM (*Ar-Rahn* Usaha Mikro)

Pinjaman ini berdasarkan prinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha melalui sistem pengembalian angsuran.

Jaminan berupa BPKB motor sehingga fisik kendaraan tetap berada di tangan nasabah untuk kebutuhan operasional usaha.

6) Pegadaian AMANAH

Pembiayaan amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan prinsip syariah kepada para pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran

7) Pegadaian Arrum Haji

Pemberian pinjaman guna pendaftaran haji dan jaminan emas dan bukti setoran awal biaya perjalanan ibadah haji.

8) MULIA (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Yaitu layanan penjualan emas batangan pada masyarakat secara tunai maupun angsuran dengan jangka waktu tertentu. Mulia merupakan produk syariah yang diluncurkan pada tahun 2008 dan cukup mendapat respon yang baik dari pelanggan.

9) Tabungan Emas

Layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titip dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

b. Produk non pembiayaan

1) Pegadaian G-lab

G-lab adalah laboratorium untuk melakukan pengujian tentang keaslian dan jenis batu permata serta sertifikasi yang berguna untuk kepentingan investasi dan kepastian jual beli batu permata.

2) Pegadaian 24

Merupakan unit layanan berupa galeri emas yang menyediakan kebutuhan produk MULIA dan produk lainnya yang terkait dengan perdagangan dan produksi emas. Layanan ini tersedia di kantor pusat PT. Pegadaian (Persero).

3) Pegadaian MPO (*Multi Payment Online*)

Merupakan salah satu bisnis usaha lain yang bekerjasama dengan pihak Koperasi Nusantara untuk melayani kebutuhan masyarakat dengan menerima pembayaran listrik, telepon, air, dan lain-lain di kantor cabang dan unitnya.

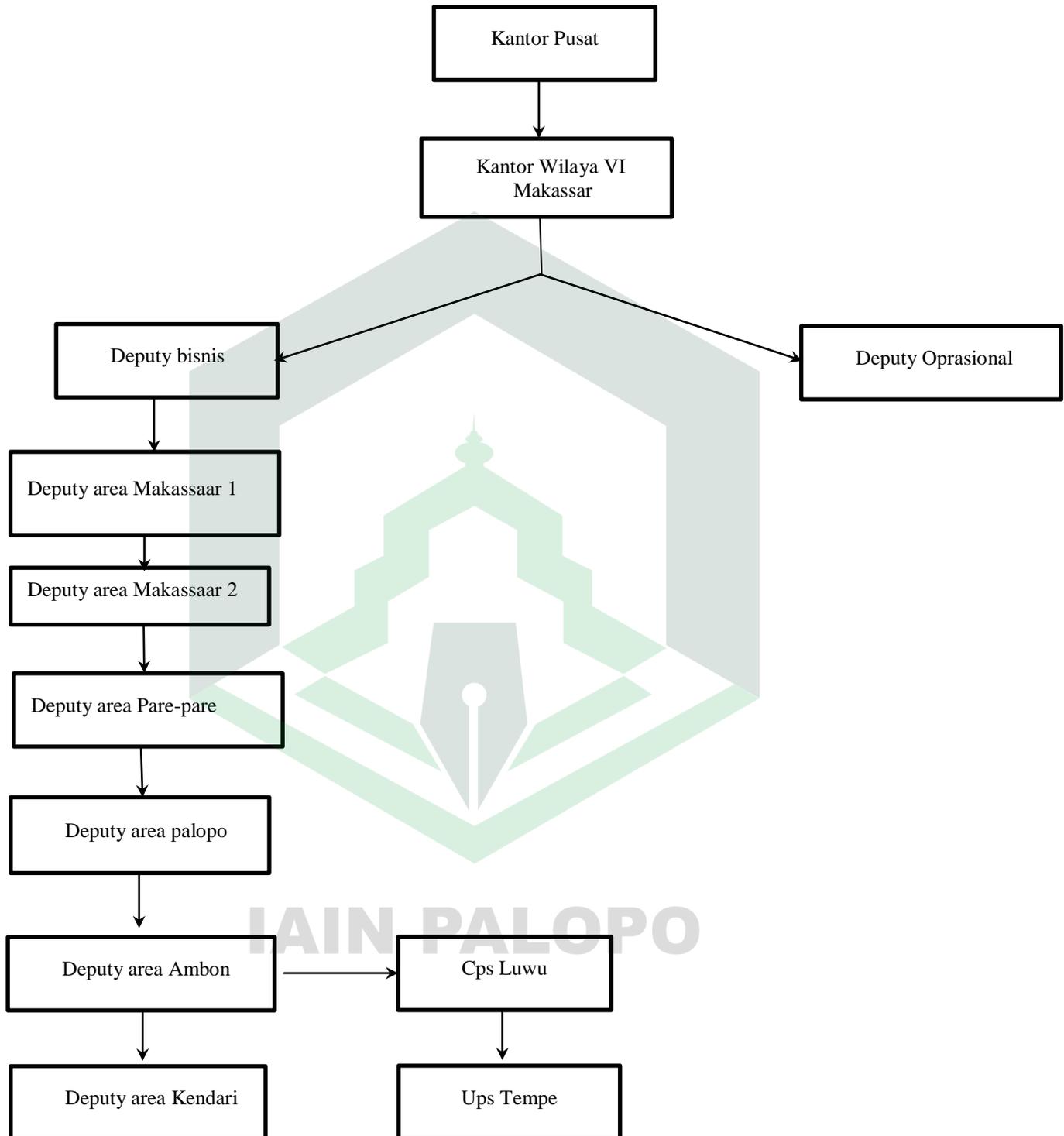
2. Visi Dan Misi

Visi : Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

Misi :

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

3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 struktur organisasi

Penjelasan:

Cps: Cabang PT. Pegadaian (Persero) Syariah)

Ups: Unit PT. Pegadaian (Persero)

Pegadaian syariah bisa dilihat dari struktur di atas, bila terdiri dari kantor pusat, setelah itu kantor daerah VI Makassar, serta setelah itu deputi bisnis serta pembedahan. Kawasan bisnis terdiri dari 7 kawasan bisnis, alah: Makassar 1, Makassar 2, Banten, Pare- Pare, Palopo, Kabupaten Ambon serta Kawasan Bisnis Kendari. Sehabis itu, Kawasan Bisnis Kota Palopo menjabarkan salah satu cabang dari Pegadaian Luvu Syariah yang membawahi kementerian Pegadaian Tempe Syariah.

4. Gambaran umum Responden

Penelitian dilakukan di Kota Palopo dan dihitung menggunakan rumus Slovin sehingga jumlah responden mencapai 99 orang. Peneliti memperoleh profil responden penelitian yang dideskripsikan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan terakhir.

a. Profil Usia

berikut ini adalah data mengenai usia para responden dapat dilihat pada gambar berikut:

LAIN PALOPO

Tabel 4.1 Usia responden

Usia	Jumlah	Persen %
17-20 tahun	7	7 %
21-25 tahun	46	46 %
26-30 tahun	27	27 %
31-35 tahun	8	8 %
36-40 tahun	7	7 %
41 sampai lanjut usia	4	5 %
Jumlah	99	100%

Berdasarkan hasil pengolahan data di atas, responden berdasarkan usia dalam penelitian ini sebagian besar adalah responden berusia 21- 25 tahun, sebanyak 46 orang atau sebesar 46 %, responden dengan usia 17 – 20 tahun sebanyak 7 atau sebesar 7 %, responden dengan usia 26-30 tahun. Sebanyak 27 atau sebesar 27 %, Responden berusia 31-35 tahun sebanyak 8 atau sebesar 8 %, Responden berusia 36- 40 tahun sebanyak 7 atau sebesar 7 %, Responden berusia 41 sampai lanjut usia sebanyak 4 atau sebesar 5 %.

b. Profil Jenis Kelamin

Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin yaitu :

Tabel 4.2 jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persen %
Pria	49	49.5%
Wanita	50	50,5%
Jumlah	99	100%

Menurut hasil pengolahan data berdasarkan jenis kelamin di atas, wanita berjumlah 50 orang atau sebesar 50,5%, dan berjenis kelamin pria sebanyak 49 orang sebanyak 49,5%.

c. Profil Profesi

Berikut ini adalah data mengenai profil responden tinjau dari segi profesi :

Tabel 4.3 Profesi responden

Profesi	Jumlah	Persen %
Ibu rumah tangga	19	19%
Wiraswasta	37	38%
Tenaga medis	7	7%
Mahasiswa	19	19%
Honorer	13	13%
PNS/TNI/POLRI	4	4%
Jumlah	99	100%

Menurut hasil pengolahan data terkait pekerjaan sampel yang diteliti, 37 atau 38% adalah pengusaha, 19 atau 19% adalah ibu rumah tangga, 7 atau 7% adalah staf medis, 19 atau 19% adalah pelajar, dan 13 atau 13% adalah honorer, dan PNS/POLRI/TNI 4 orang atau 4%.

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Seperti yang dijelaskan dalam BAB penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *product-moment*. Berdasarkan uji yang dilakukan dengan total responden, N= 99 orang dengan taraf signifikan 0.5% diperoleh $r_{tabel} = 0.202$ jadi pengujian dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka diperoleh data sebagai berikut:

1) Variabel Faktor Budaya (X_1)

Tabel 4.4 Uji Validitas Faktor Budaya

Item soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Soal 1	0,736	0,202	Valid
Soal 2	0,756	0,202	Valid
Soal 3	0,707	0,202	Valid
Soal 4	0,705	0,202	Valid
Soal 5	0,738	0,202	Valid
Soal 6	0,765	0,202	Valid
Soal 7	0,717	0,202	Valid
Soal 8	0,802	0,202	Valid
Soal 9	0,787	0,202	Valid

Sumber data SPSS

Tabel 4.4 menandakan bahwa seluruh output Uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ menggunakan ketentuan $r_{tabel} = 0,202$ maka bisa disimpulkan bahwa seluruh buah pernyataan yg dipakai pada variabel faktor budaya pada anggap valid.

2) Variabel Faktor Sosial (X_2)

Tabel 4.5 Uji Validitas Faktor Sosial

Item soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Soal 1	0,716	0,202	Valid
Soal 2	0,694	0,202	Valid
Soal 3	0,641	0,202	Valid
Soal 4	0,471	0,202	Valid
Soal 5	0,557	0,202	Valid
Soal 6	0,672	0,202	Valid
Soal 7	0,702	0,202	Valid
Soal 8	0,580	0,202	Valid
Soal 9	0,550	0,202	Valid

Sumber data SPSS

Tabel 4.5 menandakan bahwa seluruh output Uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ menggunakan ketentuan $r_{tabel} = 0,202$ maka bisa disimpulkan bahwa seluruh buah pernyataan yg dipakai pada variabel faktor sosial pada anggap valid.

3) Variabel Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah

Tabel 4.6 Uji Validitas Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah

Item soal	r hitung	r tabel	Keterangan
Soal 1	0,656	0,202	Valid
Soal 2	0,680	0,202	Valid
Soal 3	0,657	0,202	Valid
Soal 4	0,738	0,202	Valid
Soal 5	0,720	0,202	Valid
Soal 6	0,734	0,202	Valid
Soal 7	0,722	0,202	Valid
Soal 8	0,722	0,202	Valid
Soal 9	0,772	0,202	Valid
Soal 10	0,763	0,202	Valid

Sumber data SPSS

Tabel 4.6 menandakan bahwa seluruh output Uji $r_{hitung} > r_{tabel}$ menggunakan ketentuan $r_{tabel} = 0,202$ maka bisa disimpulkan bahwa seluruh semua butir pernyataan yang digunakan dalam variabel motivasi memilih produk gadai syariah dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah kelanjutan berdasarkan uji validitas dimana yg pada menguji merupakan tem yg valid saja.kriteria instrumen bisa dikatakan reliabel menggunakan menggunakan alpha cronbach apabila nilai alpha cronbach $> 0,6$ maka informasi lapangan dikatakan reliabel menggunakan taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Faktor budaya (X ₁)	0,900	Reliabel
2	Faktor sosial (X ₂)	0,804	Reliabel
3	Motivasi memilih produk gadai syariah (Y)	0,895	Reliabel

Sumber data SPSS

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur pengaruh faktor (X) yang terdiri dari faktor budaya (X₁), dan faktor sosial (X₂) terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y). Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.7.

Tabel 4.8 Uji Regresi linier berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	6.818	3.008		2.267	.026
1	Faktor Budaya	.483	.098	.495	4.900	.000
	Faktor Sosial	.478	.132	.365	3.611	.000

Sumber data SPSS

Dari hasil pada Tabel 4.7 koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien pada persamaan regresi linier berganda. Nilai persamaan yang digunakan adalah nilai pada kolom B (koefisien). Persamaan regresi linier berganda standar dapat memperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 6,818 + 0,483 X_1 + 0,478 X_2 + 0,05$$

Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa faktor budaya

(X_1) dan faktor sosial (X_2) berpengaruh linier terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y), dapat dilihat nilai pada kolom B (koefisien) persamaan regresi sebagai berikut :

a. Konstantia = 6,818

Konstanta 6,818 artinya jika variabel faktor budaya (X_1) dan faktor sosial (X_2) bernilai 0, maka motivasi memilih produk gadai syariah (Y) akan dipengaruhi oleh variabel lain. Secara matematis, pengaruh motivasi memilih Produk gadai syariah ni diukur secara numerik sebesar 6,818.

b. Faktor budaya $b_1 = 0,483$

Nilai koefisien regresi variabel faktor budaya (X_1) sebesar 0,483 yang berarti menunjukkan pengaruh positif terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y), artinya jika faktor budaya (X_1) meningkat maka motivasi memilih produk gadai syariah (Y) serta penggunaan gadai akan meningkat.

c. Faktor sosial $b_2 = 0,478$

Nilai koefisien regresi variabel faktor sosial (X_2) sebesar 0,478 yang berarti menunjukkan pengaruh positif terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y), artinya jika faktor sosial (X_2) meningkat maka motivasi memilih produk gadai syariah (Y) serta penggunaan gadai akan meningkat.

1. Uji hipotesis

a. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Bagian uji Parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh faktor budaya (X_1) dan sosial (X_2) terhadap variabel motivasi memilih produk Gadai Syariah (Y). Jika probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka standar yang

digunakan tidak berpengaruh signifikan atau menerima H_0 dan menolak H_a . Jika probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka array t berpengaruh signifikan atau menerima H_0 dan menolak H_a . Jika t menghitung Tabel t karena itu tidak mempengaruhi atau menerima H_0 dan secara signifikan menolak H_a . Tabel berikut mencantumkan hasil pengujian parsial.

Tabel 4.9 Uji T (parsial)

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	6.818	3.008		2.267	.026
1	Faktor Budaya	.483	.098	.495	4.900	.000
	Faktor Sosial	.478	.132	.365	3.611	.000

Sumber data SPSS

Hasil pengujian di atas dapat dilihat pada tabel 4.8 dengan uji t (parsial) dapat disimpulkan dan dijabarkan di bawah ini :

- 1) Berdasarkan hasil pada Tabel 4.8 di atas diperoleh nilai signifikansi (sig) variabel faktor budaya (X_1) sebesar 0,000. Karena nilai sig 0,000 $<$ probabilitas 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 atau hipotesis pertama diterima yang artinya faktor budaya (X_1) berpengaruh terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y).
- 2) Berdasarkan hasil pada Tabel 4.8 di atas, nilai signifikansi (sig) variabel faktor sosial (X_2) adalah 0,000. Karena probabilitas nilai sig 0,000 $<$ 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa H_2 atau hipotesis kedua diterima yang berarti bahwa faktor sosial (X_2) berpengaruh terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y).

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan buat menguji secara bersama apakah pengaruh variabel leluasa terhadap variabel terikat bisa dikenal dengan uji F. Bila probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,005 berarti standar tidak mempengaruhi signifikan atau menerima H_0 , serta H_a ditolak. Probabilitas signifikan 0,005 mempengaruhi signifikan ataupun menolak H_0 serta menolak H_a . diterima. Hasilnya ditunjukkan pada tabel di dasar ni.

Table 4.10. Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2404.095	2	1202.047	99.263	.000 ^b
	Residual	1162.532	96	12.110		
	Total	3566.626	98			
Sumber data SPSS						

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.9 di atas, nilai signifikansi (sig) dari uji simultan adalah 0,000. Karena probabilitas nilai sig $0,000 < 0,005$ maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa H_3 atau hipotesis ketiga di terima yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara faktor budaya (X_1) dan faktor sosial (X_2) secara bersama terhadap motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai syariah (Y).

c. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ditentukan oleh nilai R^2 (*Adjusted R-squared*).

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.674	.667	3.480

Sumber data SPSS

Berdasarkan Tabel 4.10, koefisien determinasi atau R kuadrat adalah 0,674. Koefisien determinasi (R kuadrat) adalah 0.674 atau 67,4%. Angka ini dapat diartikan bahwa faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) mempengaruhi 67,4% variabel (Y) secara simultan, sedangkan sisanya (100% - 67,4% = 32,6%) mempengaruhi Persamaan atau variabel yang belum diteliti dipengaruhi oleh variabel selain regresi ini.

IAIN PALOPO

B. Pembahasan

1. Faktor budaya mempengaruhi motivasi masyarakat kota palopo dalam memilih gadai syariah

pengaruh parsial bertujuan untuk melihat pengaruh pada masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor budaya berpengaruh terhadap motivasi masyarakat kota Palopo dalam memilih gadai syariah, berdasarkan hasil Tabel 4.8 di atas. signifikansi diperoleh nilai (sig) variabel faktor budaya (X1) adalah 0,000, karena nilai sig adalah 0,000 < probabilitas 0,005, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima yang berarti bahwa faktor budaya (X1) mempengaruhi motivasi memilih produk pejalan kaki syariah (Y).

Budaya *Siri' Na Pacce* adalah salah satu falsafah kebiasaan Masyarakat luwu yang berdomisili di kota palopo yang dijunjung tinggi. Apabila *siri' na pacce* tidak dipunyai seseorang, maka orang itu dapat melebihi tingkah laku binatang, karena tidak mempunyai rasa malu, harga diri, dan kepedulian sosial. Istilah *siri' na pacce* sebagai sistem nilai kebiasaan sangat abstrak dan susah untuk didefinisikan sebab *siri' na pacce* hanya dapat dirasakan oleh penganut kebiasaan itu. Layaknya suatu tradisi, maka secara turun temurun konsep nilai ini senantiasa bakal menjadi pegangan serta pedoman dalam kehidupan masyarakat di kota palopo, masyarakat kota palopo menjunjung tinggi rasa *siri' na pace*, masyarakat kota palopo merasa siri (malu) untuk meminjam uang

terhadap sesamanya serta lebih memilih menggadaikan berharganya ketimbang meminjam uang terhadap sesamanya.

Faktor paling dominan yang mempengaruhi motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai adalah faktor budaya, seperti kultur, subkultur kelas sosial. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh kultur yang mempunyai pengaruh langsung.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Syukron Rizki Asyari Lubis dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Saat Memilih Produk Arrum Haji Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan”. Hasil secara simultan dengan tingkat signifikansi 10 persen menunjukkan bahwa di antara variabel Promosi, Budaya, Sosial dan Personal berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji di PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan dengan $F_{hitung} > f_{tabel}$ ($13,311 > 2.12$) R^2 kuadrat dikoreksi sebesar 0,571. Hal ini menunjukkan bahwa 57,1% variabel promosi, budaya, sosial dan pribadi mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk arrum haji di PT Pegadaian (Persero) cabang Alaman Bolak Syariah.

2. Faktor sosial mempengaruhi motivasi masyarakat kota palopo dalam memilih gadai syariah

Pengaruh parsial bertujuan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh terhadap motivasi masyarakat kota Palopo dalam pemilihan gadai syariah. Tabel 4.8 di atas, nilai signifikansi (sig) variabel faktor sosial (X2) adalah 0,000, karena nilai probabilitas sig adalah 0,000 \leq 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima yang artinya faktor sosial (X2) berpengaruh terhadap motivasi memilih produk gadai syariah (Y).

Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Vivi Apriyanti dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pegadaian Emas di Pegadaian Syariah Cabang Jambi”, menyimpulkan bahwa hasil analisis dan pembahasan menunjukkan bahwa 83,6 % nilai keputusan pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi perubahan faktor sosial (X1) dan faktor pribadi (X2), sedangkan sisanya 16,4% nilai keputusan pelanggan ditentukan oleh perubahan perubahan variabel lain yang tidak diteliti. pelajaran ini.

3. Faktor budaya, dan faktor sosial, secara seksama berpengaruh terhadap motivasi masyarakat dalam memilih gadai syariah

Digunakan untuk menguji secara bersama apakah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat disebut dengan uji F. Jika probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,005, berarti tidak mempengaruhi atau menerima secara signifikan H_0 dan H_a ditolak. probabilitas signifikan 0,005 berpengaruh atau signifikan menolak H_0 dan H_a . diterima Pengaruh simultan adalah pengaruh beberapa variabel bebas atau independen yang secara simultan mempengaruhi variabel dependen atau dependen syariah, berdasarkan hasil pada Tabel 4.9 di atas, nilai signifikansi (sig) dari uji simultan adalah 0,000. Karena nilai probabilitas sig adalah $0,000 < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa H_3 atau hipotesis ketiga diterima yang artinya ada pengaruh antara faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) secara bersama-sama terhadap motivasi masyarakat memilih produk syariah (Y).

Koefisien determinasi atau R kuadrat adalah 0,674. Koefisien determinasi (R kuadrat) adalah 0.674 atau 67,4%. Angka ini dapat diartikan bahwa faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) mempengaruhi 67,4% variabel (Y) secara simultan, sedangkan sisanya $(100\% - 67,4\% = 32,6\%)$ mempengaruhi Persamaan atau variabel yang belum diteliti dipengaruhi oleh variabel selain regresi ini.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan penelitian yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi masyarakat kota palopo dalam memilih produk gadai syariah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji-T (parsial), nilai signifikansi (sig) variabel faktor budaya (X1) adalah 0,000, karena nilai sig adalah $0,000 < \text{probabilitas } 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama diterima yang artinya faktor budaya (X1) berpengaruh terhadap motivasi memilih produk pejalan kaki Syariah (Y), Faktor paling dominan yang mempengaruhi motivasi masyarakat dalam memilih produk gadai adalah faktor budaya, seperti kultur, subkultur kelas sosial. Prilaku seseorang dipengaruhi oleh kultur yang mempunyai pengaruh langsung.
2. Berdasarkan hasil uji-T (parsial), nilai signifikansi (sig) variabel faktor sosial (X2) adalah 0,000, karena nilai probabilitas sig adalah $0,000 < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima yang artinya faktor sosial (X2) mempengaruhi motivasi memilih produk gadai syariah (Y), Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga serta peranan dan status sosial konsumen. Prilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung.

3. Berdasarkan hasil uji F (simultan), nilai signifikansi (sig) uji secara bersama ke semua variabel adalah 0,000, karena nilai probabilitas sig adalah $0,000 < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa H3 atau hipotesis ketiga diterima yang artinya ada pengaruh antara faktor budaya (X1) dan faktor sosial (X2) secara bersama-sama terhadap motivasi masyarakat memilih produk syariah (Y).
4. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan koefisien determinasi atau uji R Square sebesar 0,674. Koefisien determinasi (R kuadrat) sebesar 0,674 atau 67,4%. Angka ini dapat diartikan sebagai faktor budaya (X1) dan sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap 67,4% variabel (Y), sedangkan sisanya ($100\% - 67,4\% = 32,6\%$) mempengaruhi persamaan atau variabel yang belum diteliti dipengaruhi oleh variabel selain regresi ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian di atas, penulis mencoba memberikan saran dan masukan atau pendapat sebagai berikut :

1. Pegadaian syariah harus lebih aktif meningkatkan derajat sosialisasi agar masyarakat di Palopo bisa lebih mengenal tantangan pegadaian syariah dan tertarik untuk menyebarkan ilmu ekonomi Rabbani.
2. Peneliti juga berharap bagai para pembaca semoga penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan terkait tentang gadai, khususnya bagi

pembaca yang ingin mengetahui lebih jauh tentang gadai, sehingga lebih objektif dalam mengambil keputusan saat melakukan gadai.

3. Penelitian ini bersifat fleksibel, masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, dan masih sangat tidak sempurna, peneliti berharap kedepannya akan ada penelitian dengan judul yang sama dan mencapai hasil yang maksimal.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Kamil dan M. Fauzan, Kitab Undang-undang Hukum Perbankan dan Ekonomi Syariah, (Jakarta: Kencana, 2007).545
- Atikah “ *Preferensi dan Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Cabang Pondok Aren)* “,Skripsi SI Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Buku Besar atau pedoman Pegadaian Syariah Palopo.
- Badan pusat statistik kota palopo,2020 kota palopo dalam angka *palopo municipality figures 2020*. Kota Palopo : badan pusat statistik.
- Burhanuddin s ,*aspek hukum lembaga keuangan syariah*, (Yogyakarta, graha Ilmu, 2010),172.
- Bambang Prasetyo dan Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*.(Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 137.
- <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/283> (diakses pada tgl 4 Juli 2020, 16;58).
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 63.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1991), . 23.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana,2012), 165.
- Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistik Modern untuk ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 217.

- Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (yogyakarta : Graha Ilmu, 2007). 64.
- Muhammad Yafiz, Jurnal , *Darwis Harahap, Produk Gadai Emas di Perbankan Syariah: Analisis Masalah Ekonomi*, Volume 5. No. 1 Januari – Juni 2018
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. (Cetakan ke 12. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), 101.
- Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Ed.I; Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), 53.
- Nurul Aini, “*Motivasi Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas (Gambaran Deskriptif Pada BRI Syariah KC BSD City)*. Skripsi SI Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2012.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), 12.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), 331.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta, Prenada Media, 2003), 11.
- Philip Kotler, *manajemen pemasaran: analisis perencanaan dan pengendalian*, (Jakarta: erlangga, 1996), ed.5.181.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di indonesia (Analisis Perencanaan implementasi dan pengendalian)*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 224.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta, 2013), 262.

Suharsimi Arikunto, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 168.

Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Cet.23; Bandung: Alfabeta, 2013), . 62

Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 38.

Suci Rahayu, “ Sejarah Pegadaian Syariah di indonesia”, 19 September 2009 (Bogor: 2009), 3.

Saputrandri “*Analisis potensi dan kendala pengembangan pegadaian syariah di kota medan.*” *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* Vol.2 No.4

Suparman usman, *hukum Islam (Asas-asas dan pengantar hukum Islam dalam tata hukum indonesia)*, (cet.I;Jakarta: Gaya media Pratama, 2001), 66.

Syukron rizki asyhari lubis, “*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan*”, skripsi 2018.

Tafrihan pratiwi hasti ,”*tinjauan hukum Islam tentang penanggungan resiko barang jaminan pada pegadaian syariah*” (2011). 6.

Tatik suryani, *Perilaku Konsumen; implikasi Pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: graha Ilmu, 2008), 5 .

Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), .160.

www.pegadaian.co.id (diakses pada tgl 4 juli 2020,17;32)

Yuni tanti seven purba dengan judul “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan kredit cepat aman di PT Pegadaian kantor utama kota Medan*”.

Skripsi2018



IAIN PALOPO

L

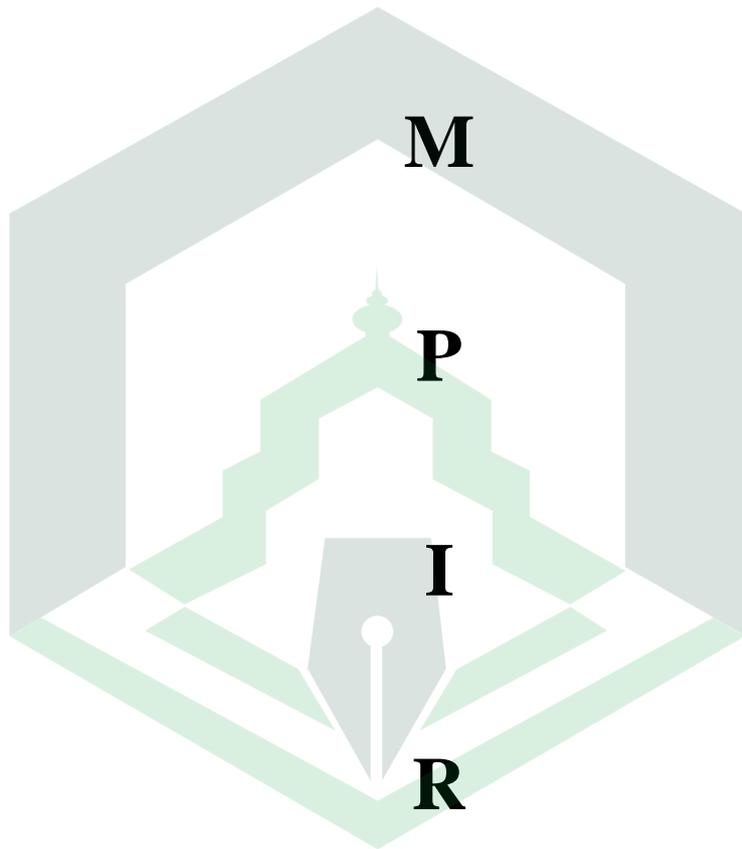
A

M

P

I

R



IAIN PALOPO

A

N

1. Faktor Budaya

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Faktor Budaya
X1.1	Pearson Correlation	1	.441**	.463**	.425**	.474**	.511**	.497**	.610**	.518**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.441**	1	.503**	.514**	.583**	.579**	.453**	.561**	.484**	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.463**	.503**	1	.529**	.427**	.375**	.443**	.535**	.442**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.425**	.514**	.529**	1	.513**	.477**	.319**	.409**	.526**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.5	Pearson Correlation	.474**	.583**	.427**	.513**	1	.511**	.438**	.440**	.553**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.6	Pearson Correlation	.511**	.579**	.375**	.477**	.511**	1	.516**	.617**	.577**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.7	Pearson Correlation	.497**	.453**	.443**	.319**	.438**	.516**	1	.594**	.568**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.8	Pearson Correlation	.610**	.561**	.535**	.409**	.440**	.617**	.594**	1	.610**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.9	Pearson Correlation	.518**	.484**	.442**	.526**	.553**	.577**	.568**	.610**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Faktor Budaya	Pearson Correlation	.736**	.756**	.707**	.705**	.738**	.765**	.717**	.802**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

2. Faktor Sosial

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Faktor Sosial
X2.1	Pearson Correlation	1	.538**	.301**	.191	.332**	.367**	.485**	.334**	.347**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.058	.001	.000	.000	.001	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.538**	1	.365**	.153	.235*	.492**	.568**	.177	.258**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.131	.019	.000	.000	.080	.010	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.301**	.365**	1	.356**	.213*	.379**	.422**	.315**	.200*	.641**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.034	.000	.000	.001	.047	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.191	.153	.356**	1	.194	.171	.061	.401**	.300**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.058	.131	.000		.055	.091	.549	.000	.003	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	.332**	.235*	.213*	.194	1	.313**	.265**	.260**	.411**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.001	.019	.034	.055		.002	.008	.009	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson Correlation	.367**	.492**	.379**	.171	.313**	1	.501**	.215*	.184	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.091	.002		.000	.032	.068	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.7	Pearson Correlation	.485**	.568**	.422**	.061	.265**	.501**	1	.286**	.186	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.549	.008	.000		.004	.065	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.8	Pearson Correlation	.334**	.177	.315**	.401**	.260**	.215*	.286**	1	.377**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.001	.080	.001	.000	.009	.032	.004		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.9	Pearson Correlation	.347**	.258**	.200*	.300**	.411**	.184	.186	.377**	1	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.047	.003	.000	.068	.065	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Faktor Sosial	Pearson Correlation	.716**	.694**	.641**	.471**	.557**	.672**	.702**	.580**	.550**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

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

RAIN PALOPO

3. Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah
Y1	Pearson Correlation	1	.467**	.333**	.410**	.473**	.450**	.379**	.359**	.516**	.309**	.656**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	.467**	1	.388**	.473**	.425**	.469**	.422**	.385**	.400**	.499**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	.333**	.388**	1	.477**	.310**	.468**	.502**	.336**	.490**	.435**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.002	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y4	Pearson Correlation	.410**	.473**	.477**	1	.472**	.517**	.335**	.500**	.579**	.512**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y5	Pearson Correlation	.473**	.425**	.310**	.472**	1	.546**	.435**	.433**	.533**	.559**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y6	Pearson Correlation	.450**	.469**	.468**	.517**	.546**	1	.489**	.437**	.357**	.551**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y7	Pearson Correlation	.379**	.422**	.502**	.335**	.435**	.489**	1	.634**	.498**	.479**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y8	Pearson Correlation	.359**	.385**	.336**	.500**	.433**	.437**	.634**	1	.520**	.518**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y9	Pearson Correlation	.516**	.400**	.490**	.579**	.533**	.357**	.498**	.520**	1	.597**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Y10	Pearson Correlation	.309**	.499**	.435**	.512**	.559**	.551**	.479**	.518**	.597**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah	Pearson Correlation	.656**	.680**	.657**	.738**	.720**	.734**	.722**	.722**	.772**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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

1. Faktor budaya

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	9

2. Faktor Sosial

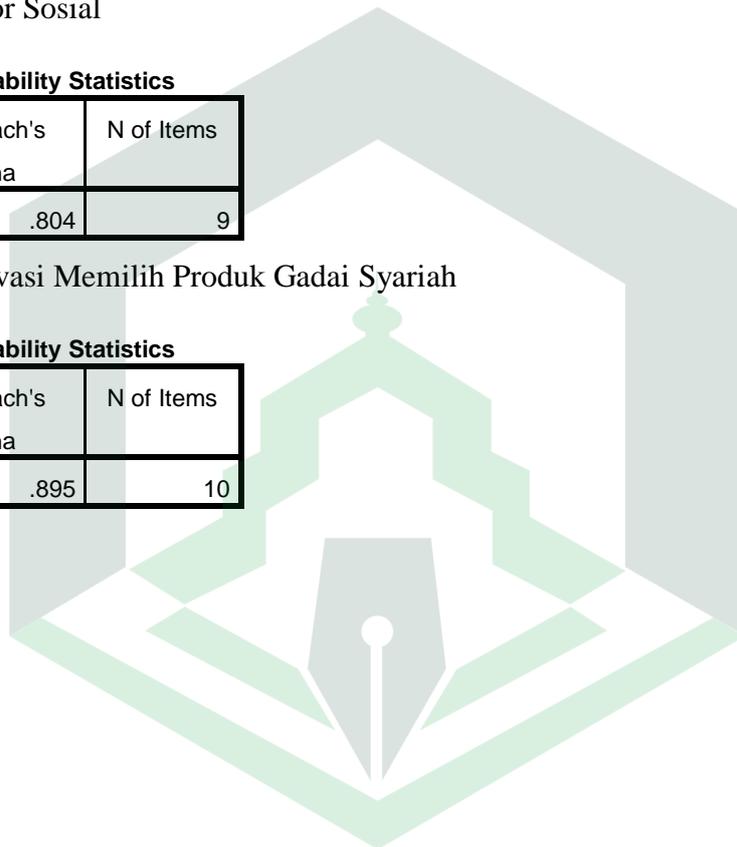
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	9

3. Motivasi Memilih Produk Gadai Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	10



IAIN PALOPO

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silahkan baca dan pahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Anda diminta untuk mengemukakan apakah pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan diri anda dengan cara memberi tanda centang (✓) dalam kotak didepan salah satu pilihan jawaban yang tersedia yaitu:

Simbol	Alternative jawaban	Skor
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

Biodata responden :

Nama :

No.hp/ wa :

Gender :

- Pria
 Wainita

Profesi :

- Pegawai ASN/PNS
 Pegawai Swasta

Pendidikan tekahir :

- SD/MI

SMP/MTS

SMA/MA/SMK

S1

S2

Umur :

Apakah anda pernah menggunakan gadai syariah ?

Iya Tidak



IAIN PALOPO

1. FAKTOR BUDAYA (X₁)

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya sudah terbiasa mengambil pinjaman di koperasi untuk memenuhi kebutuhan					
2	Saya mengajukan pinjaman di koperasi karena menganggap bahwa kegiatan tersebut adalah hal yang wajar					
3	Saya memiliki persepsi yang positif terhadap pengambilan pinjaman atau pengambilan kredit					
4	Saya enggan mengajukan pinjaman di koperasi karena sulitnya akses transportasi untuk menjangkau koperasi					
5	Saya mengajukan pinjaman di koperasi karena lokasi koperasi dekat dengan wilayah tempat tinggal					
6	Saya mengajukan pinjaman di koperasi karena ingin menyesuaikan dengan perilaku kelompok masyarakat					
7	Nilai-nilai yang berkembang di masyarakat dapat mempengaruhi saya dalam mengajukan pinjaman di koperasi					
8	Saya mengajukan pinjaman karena dipengaruhi oleh minat masyarakat sekitar					
9	Saya mengambil pinjaman di koperasi karena dapat mencerminkan kelas sosial					

2. FAKTOR SOSIAL (X₂)

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengajukan pinjaman di koperasi karena pengaruh dari rekan kerja					
2	Saya mengetahui fasilitas pinjaman di koperasi dari teman atau kerabat					
3	Saya mengajukan pinjaman di koperasi tanpa tekanan atau paksaan siapapun					
4	Sebelum melakukan keputusan apapun, saya berusaha mempertimbangkan kepentingan keluarga					
5	Keluarga menjadi faktor utama ketika mengajukan pinjaman di koperasi					
6	Saya mengajukan pinjaman tanpa adanya pengaruh dari keluarga					
7	Saya memiliki kedudukan di masyarakat sehingga ingin mengajukan pinjaman di koperasi					
8	Peran dan status yang saya miliki bukan merupakan alasan mengajukan pinjaman di koperasi					
9	Menurut saya, peran dan status dapat mempengaruhi tindakan seseorang					

3. MOTIVASI MEMILIH PRODUK GADAI SYARIAH (Y)

No	Pernyataan	Pertimbangan				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih produk gadai karena adanya kebutuhan hidup yang harus dipenuhi					
2	Saya percaya bahwa dengan memilih produk gadai mampu memenuhi kebutuhan hidup bpk/ibu					
3	Saya merasa aman di karna pihak pegadaian memperhatikan saat permasalahan kredit macet					
4	Saya merasa aman dan nyaman karena pihak pegadaian selalu membangun hubungan yang baik terhadap nasabah					
5	Saya merasa mempunyai banyak sahabat baru setelah melakukan pembiayaan					
6	Saya merasa pihak pegadaian selalu membantu saya bila terjadi masalah					
7	Pendapat saya selalu di hargai oleh pihak pegadaian					
8	Apakah pihak pegadaian selalu memberikan hadia ke pada nasabah					
9	Saran dan kritik oleh pihak pegadaian membuat saya selalu lebih maju dan berkembang dalam menjalankan usaha					
10	Motivasi yang diberikan pihak pegadaian membuat saya semangat dalam memecahkan masalah yang saya hadapi					





PEMERINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Alamat : J. K.H.M. Hazim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpun : (0411) 320048

ASLI

IZIN PENELITIAN
 NOMOR : 564/SP/DPMTSP/VIII/2021

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja;
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penelitian Sifat Keterserapan Penelitian;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Penelitian dan Non-Perman di Kota Palopo;
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 34 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nopertinan Yang Mengakui Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Pemerintah dan Nonperman Yang Mengakui Urusan Pemerintah Yang Dibebaskan Pelanggaran Wilayah Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo;

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : SAMSUDDIN
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Alamat : Jl. Pongaimpin Kota Palopo
 Pekerjaan : Mahasiswa
 NIM : 16 0402 0170

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI MASYARAKAT KOTA PALOPO DALAM MEMILIH PRODUK GADAI SYARIAH

Lokasi Penelitian : PT. PEGADAIAN PERSERO CABANG PALOPO
 Lamanya Penelitian : 25 Agustus 2021 s.d. 25 Oktober 2021

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian lainnya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormat Adat istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyertakan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
 Pada tanggal 30 Agustus 2021
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTS²

MUH. IZIAN ASHARUDDIN, S.STP, M.Si
 Pejabat Pembina Tk. I
 NIP : 157806111985121001

Tembusan :

1. Kepala Badan Perizinan PTSP, Sarbia
2. Kepala Bidang
3. Kepala Seksi
4. Kepala Pelaksana
5. Kepala Seksi Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kependidikan Kota Palopo
7. Kepala Bidang
8. Kepala Bidang



Pegadaian
Syariah

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rocky Rendy Derozari
Nik :
Jabatan : Pimpinan Pegadaian Cabang Luwu Kota Palopo

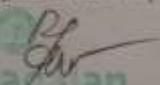
Dengan ini menyatakan bahwa nama-nama dibawah ini sebagai tim telah melakukan kegiatan/sosialisasi "Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Masyarakat Kota Palopo Dalam Memilih Produk Gadai Syariah", di Pegadaian Syariah Cabang Luwu Kota Palopo pada tanggal 25 Agustus 2021.

Adapun tim yang melakukan kegiatan adalah:

1. Dr. Takdir, S.H.,MH
2. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.,Sy., M.A., Ek
3. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., MM
4. Ilham, S.Ag., Ma
5. Samsuddin

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 03 November 2021
Pimpinan Pegadaian Syariah
Cabang Luwu Kota Palopo


Pegadaian
Rocky Rendy Derozari

IAIN PALOPO

RIWAYAT HIDUP



Samsuddin, lahir pada tanggal 31 Desember 1998 di Desa Pengkajoang, Kecamatan Malangke Barat, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan, yang merupakan anak ke-3 (tiga) dari pasangan Ayah yang bernama Syamsu dan ibu bernama Darmiati, yang menempu jenjang awal pendidikan di Madrasah Ibtidaiyah GUPPI Tompe pada tahun 2004 -2010. Setelah lulus di lanjutkan kembali kejenjang menengah pertama di MTSS Nurul Junaidiyah Lauwo pada tahun 2010-2013 Setelah lulus dilanjutkan kembali kejenjang menengah atas di SMAN 1 Malangke Barat Pada tahun 2013-2016. Setelah lulus di lanjutkan kejenjang Perguruan Tinggi lebih Tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, pada program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan pada akhir Studinya menulis skripsi dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Kota Palopo Dalam Menggunakan Produk Motivasi memilih produk gadai syariah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Strata satu (S1).

Contact person penulis : samsuddin0170_mhs16@iainpalopo.ac.id

IAIN PALOPO