

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI EMAS
BANK SYARIAH INDONESIA KCP TOMONI**

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 Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

ANNISATUL MUKHAYAROH

20 0402 0035

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

2024

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI EMAS
BANK SYARIAH INDONESIA KCP TOMONI**

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 Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh:

ANNISATUL MUKHAYAROH
20 0402 0035

Pembimbing:

Muh Ginanjar, S.E., M.M.

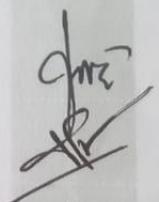
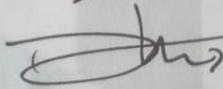
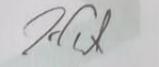
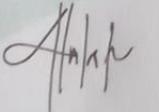
**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2024**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menggunakan Layanan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni yang ditulis oleh Annisatul Mukhayaroh Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004020035, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 5 Agustus 2024 Miladiyah bertepatan dengan 30 Muharram 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 06 Agustus 2024

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si. | Penguji I | () |
| 4. Muh. Abdi Imam, S.E., M.Si. Ak., CA. | Penguji II | () |
| 5. Muh. Ginanjar, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

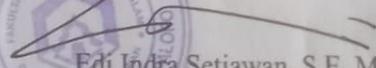
a.n Rektor IAIN Palopo

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi

Perbankan Syariah


Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009012006


Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 198912072019031005

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Annisatul Mukhayaroh

Nim : 20 0402 0035

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab 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, 06 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Annisatul Mukhayaroh
NIM. 20 0402 0035

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا
وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, Taufiq, hidayah dan pertolonganNya, sehingga Peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi Nasabah menggunakan Layanan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni” dan dapat terselesaikan dengan baik. Tak lupa pula shalawat dan salam tidak lupa Peneliti hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, seorang juru selamat yang selalu dinantikan akan syafa’at oleh seluruh umat manusia kelak dihari kiamat.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan adanya dorongan, bimbingan, dan doa di berbagai pihak meskipun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya ucapkan terimakasih terkhusus kepada kedua orang tua terhormat dan saya muliakan ayahanda Suharyono, SP. dan ibunda Khabibatul Mukarimah, S.Pd. yang tidak lepas kasih dan sayangnya yang merawat dan mendidik saya sejak lahir serta mendoakan di segala aktivitas saya. Tak lupa juga kepada adik saya Syahid Al-Wafir dan Azkia As-Safa yang saya sayangi. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga

dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada, kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abbas Langaji, M.Ag., beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. Munir Yusuf, M.Pd. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan Dr. Masruddin, M.Hum. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Mustaming, M.H.I. IAIN Palopo.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi umum perencanaan dan keuangan, Dan Muhammad Ilyas, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan kerjasama yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Edi Indra Setiawan, S.E., M.M, dan Sekretaris Prodi, Umar, S.E., serta para dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dosen Pembimbing, Muh Ginanjar, S.E., M.M. dan Dosen Penguji I Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si, dan Dosen Penguji II, Muh Imam Abdi, S.E., M.Si., Ak., CA. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang

lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

6. Untuk Syawal Maulana yang selalu memberikan dukungan, semangat dan sebagai pendengar setia yang membantu dan menemani penulis.
7. Untuk Sobat-sobatku terkasih Andi Rahmadani dan Annisa Alifia, Syifaaul Qolby, Arni, Paradilla, Fitrah Fadillah, Ella, Andi Enal, Rifki, Erwin, Arif, Irfan, Rajab, Ari, Harfa dan diki yang sudah memberikan pengalaman berharga selama perkuliahan dan menemani penulis dalam penyusunan.
8. Kepada semua teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2020 (khususnya kelas B) yang sudah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman organisasi KSEI-SEA, PMII, dan KLI yang selama ini memberikan motivasi dan banyak mengajarkan selama proses penulisan skripsi ini.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya Aamiin. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun

dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang perbankan.

Palopo, 16 Agustus 2024

Annisatul Mukhayaroh

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB 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	-	-
ب	Ba ^ˀ	B	Be
ت	Ta ^ˀ	T	Te
ث	Ṣa ^ˀ	Ṣ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa ^ˀ	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra ^ˀ	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah

ظ	Za	Z	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf		Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	Ha	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. 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 monoftongdan vokal ragkap atau diftong.

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</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
يَـ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
وُـ	<i>fathah dan wau</i>	Au	i dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifah*

هَوْلٌ : *haua*

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
أَ... أ... أَي...	<i>fathah dan alif</i> <i>atau yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
يَـ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas

نُو	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas
-----	----------------	---	---------------------

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk *tā' marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

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

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍatul atfāl*

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	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقِّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعْمَ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didalui oleh huruf *kasrah*, maka ia ditransliterasikan seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'alī (bukan 'aliyy atau a'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'arabī (bukan 'arabiyy atau 'araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)

الْفَلْسَفَةَ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah 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'murūnna*

النَّوْعُ : *al-naū*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasikan 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 di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan muaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasikan secara utuh

Contoh:

Syarḥ al-Arba 'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalājah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau bekedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalājah*, ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī rahmatillāh*

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 sendiri 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 Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fihi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fi al-Tasyrī' al-Islāmī

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

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT = Subhanahu WaTaala

SAW = Sallallahu AlaihiWasallam

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 = Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR AYAT.....	xx
DAFTAR HADIS.....	xxi
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL.....	xxvi
ABSTRAK.....	xxvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan	10
B. Landasan Teori.....	17
C. Kerangka Pikir	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	30
C. Definisi Operasional Variabel.....	30
D. Populasi Dan Sampel	32
E. Instrumen Penelitian.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian43
B. Pembahasan Penelitian.....71

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan77
B. Saran.....77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Baqarah/2: Ayat 283	26
---	----

DAFTAR HADIS

Hadis tentang Gadai	27
---------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna	48
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Pelayanan.....	49
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Produk.....	51
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Agama.....	53
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Harga.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Realibilitas	57
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R ²)	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Faktor	58
Tabel 4.14 Comunalities	59
Tabel 4.15 Total Variance explained	59
Tabel 4.16 Componen Matrix ^a	60
Tabel 4.17 Rotated Component Matrix ^a	60
Tabel 4.18 Component Transformation Matrix	61
Tabel 4.19 Dependen Variabel Encoding	62
Tabel 4.20 Hasil Uji Block 1 Method	62

Tabel 4.21 Hasil Uji Keseluruhan Parameter.....	63
Tabel 4.22 Hasil uji model summary	64
Tabel 4.23 Hasil Uji Kesesuain Model	64
Tabel 4.24 Klasifikasi Model.....	65
Tabel 4.25 Odds Rasio	65
Tabel 4.26 Correlation Matrix	66
Tabel 4.27 Hasil Uji Block O: Beginning Block	66
Tabel 4.28 Klasifikasi Model.....	67
Tabel 4.29 Variables In The Equation	68
Tabel 4.30 Variables Not In The Equation	69
Tabel 4.31 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.32 Hasil Uji T.....	70

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1 Struktur Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Dokumentasi

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR SINGKATAN DAN SIMBOL

BSI	= Bank Syariah Indonesia
KCP	= Kantor Cabang Pusat
DSN	= Dewan Syariah Nasional
MUI	= Majelis Ulama Indonesia
IAIN	= Institut Agama Islam Negeri Palopo
LKS	= Lembaga Keuangan Syariah
SPSS	= Statistical Package for Social Science
Sig	= Signifikan
H0	= Hipotesis Nol
H1	= Hipotesis Satu
X	= Variabel independen
Y	= Variabel Dependen
<	= Kurang dari
>	= Lebih dari
%	= Persen

ABSTRAK

Annisatul Mukhayaroh, 2024. “Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni” Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo Dibimbing oleh Muh Ginanjar, S.E, M.M.

Skripsi ini membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Populasinya yakni nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Quota Sampling dengan penentuan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan pembagian kuesioner/angket kepada responden. Untuk menganalisis penelitian ini penulis menggunakan sebuah alat analisis yaitu analisis faktor, dan pengolahan data menggunakan SPSS Versi 16. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas. Keempat faktor tersebut adalah: faktor pelayanan, faktor produk, faktor agama, dan faktor harga. Faktor-faktor tersebut berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap preferensi nasabah secara signifikan.

Kata Kunci: Agama, Harga, Pelayanan, Preferensi Nasabah, Produk

Abstract

Annisatul Mukhayaroh, 2024. *"Factors affecting customer preferences using Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni gold pawn services"* Thesis Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute Supervised by Muh Ginanjar, S.E, M.M.

This thesis discusses the factors that influence customer preferences using Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni gold pawn services. This study aims to determine what factors influence customer preferences using Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni gold pawn services. This type of research is quantitative research. The population is Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni customers. While the sampling technique in this study was Quota Sampling with a sample size of 100 respondents. Data collection techniques in this study by distributing questionnaires/ questionnaires to respondents. To analyze this research the authors used an analytical tool, namely factor analysis, and data processing using SPSS Version 16. The results of this study indicate that there are four factors that influence customer preferences using gold pawn services. The four factors are: service factors, product factors, religious factors, and price factors. These factors partially and simultaneously affect customer preferences significantly.

Keywords: Religion, Price, Service, Customer Preference, Product

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki populasi umat Islam terbesar di dunia, dalam melaksanakan aktivitas sehari-harinya telah mewujudkan syariat sebagai pedoman untuk mewujudkan kesejahteraan bersama baik bagi diri sendiri dan orang lain sebagai di maksudkan dalam pasal 33 Undang-Undang dasar 1945 dan penjelasannya dimana segala aktivitas yang dilakukan akan dipertanggung jawabkan dihadapan Allah SWT.

Perbankan syariah tidak hanya menjadi pilihan bagi individu atau perusahaan yang ingin mematuhi prinsip-prinsip syariah, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Melalui prinsip bagi hasil dan kegiatan investasi yang berorientasi pada proyek riil, perbankan syariah membantu dalam mendistribusikan dana secara adil dan memberikan akses keuangan kepada segmen masyarakat yang lebih luas, termasuk yang sebelumnya tidak terlayani oleh perbankan konvensional.¹

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah lahir di Indonesia sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya

¹ Melinia Syari, Skripsi: “Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Kedotan)” (Bandar Lampung, 2022).

dengan sistem bagi hasil atau bank syariah.² Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Selain itu, bank syariah yang dimiliki oleh bank-bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan layanan perbankan syariah ke seluruh pelosok Indonesia. Dengan infrastruktur dan jaringan yang sudah mapan, bank-bank tersebut dapat memberikan akses keuangan yang lebih mudah kepada masyarakat di daerah-daerah terpencil atau yang memiliki akses terbatas terhadap layanan keuangan.

Dengan semakin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia, diharapkan dapat terus meningkatkan inklusi keuangan serta kontribusinya dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan keadilan, keberlanjutan, dan kesejahteraan bersama.

Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia pada 1 Februari 2021 merupakan tonggak sejarah penting dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Dengan menyatukan kekuatan dari ketiga bank tersebut, Bank Syariah Indonesia menjadi entitas yang lebih kuat dan mampu memberikan layanan yang lebih lengkap serta jangkauan yang lebih luas kepada masyarakat. Dukungan dari perusahaan induk dan

² Atika Dandi Gunawan, "Implementasi Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi," *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3, no. 2 (2023): 903.

komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN menjadi dorongan bagi Bank Syariah Indonesia untuk bersaing secara global dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional serta kesejahteraan masyarakat.³ Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional. Serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil Aalamiin).⁴

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga dibarengi dengan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah (LKS), yang menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah. LKS memiliki peran vital dalam penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat sesuai prinsip syariah. Dalam konteks ini, produk seperti gadai syariah, khususnya gadai emas, menjadi alternatif penting bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan dengan menggunakan emas sebagai jaminan atau agunan. Beberapa bank syariah telah memperkenalkan produk gadai emas ini, memudahkan masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dengan agunan emas.⁵ Berdirinya Bank Syariah Indonesia melibatkan penyediaan produk atau layanan apa pun yang dapat disediakan oleh

³ Ahmad Firdaus Lingga, "Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* "Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)" 2 (2022): 3365–66.

⁴ Sidiq Abdul Aziz Muhammad, "Pengaruh Persepsi Staf Dan Badan Pengurus Harian Yayasan Gemilang Indonesia Terhadap Minat Penggunaan M-Banking PT Bank Syariah Indonesia," *Thesis. Jakarta: Universitas Muhammadiyah, 2022.*

⁵ Norman Ahmad Rinaldi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Malang)," *Jurnal Ilmiah, 2021, 4.*

pendirian tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank syariah di Indonesia berkembang pesat karena penduduknya mayoritas beragama Islam. Hal ini untuk menarik lebih banyak konsumen dengan keuntungan yang ditawarkan, salah satunya adalah produk emas. Menabung emas merupakan cara investasi yang paling sederhana dan menarik minat masyarakat. Selain menabung emas, masyarakat dapat menggadaikan perhiasan atau logam mulia dan kemudian menebusnya dengan uang melalui pegadaian atau perbankan syariah.⁶

Pengembangan produk dan layanan seperti gadai emas menunjukkan respons positif dari perbankan syariah terhadap kebutuhan dan preferensi masyarakat, serta memberikan alternatif yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dengan terus melakukan inovasi dan menyediakan produk yang relevan, perbankan syariah diharapkan dapat terus mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.⁷

Rahn, atau gadai emas telah menjadi produk yang penting dalam lembaga keuangan syariah di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan adanya Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 yang mengatur prinsip-prinsip gadai emas berdasarkan syariah Islam. Fatwa tersebut memungkinkan penggunaan gadai emas dengan prinsip *Rahn*, di mana biaya penyimpanan barang menjadi tanggung jawab pegadai, dan biaya-biaya yang dikenakan haruslah berdasarkan pengeluaran yang nyata dan diperlukan. Namun, bank syariah

⁶ Mohammad Sony Zakiyuddin Arif, "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian," *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8, no. 2 (2020): 472–423.

<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>.

⁷ Fernand Jhody Arisman, "Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh," no. 8.5.2017 (Batusangkar, 2022): 25.

dilarang mengambil keuntungan dari akad *Qardh* dan *Rahn*, kecuali untuk biaya-biaya yang nyata diperlukan. Dalam prakteknya, penitipan barang gadai ini juga ditambahkan dengan akad *Ijarah*.

Rahn dalam konteks gadai emas merupakan fasilitas yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah non-bank. Dalam prosesnya, harta milik peminjam ditahan sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Jika peminjam tidak mampu mengembalikan pinjamannya sesuai dengan kesepakatan, maka barang jaminan tersebut dapat dilelang oleh pihak gadai. Masing-masing lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas gadai emas tentu memiliki pelayanan yang berbeda satu dengan yang lainnya.⁸

Pelayanan yang diberikan Bank Syariah merupakan daya tarik tersendiri bagi masyarakat dalam menentukan tempat yang mereka percayai untuk menggadaikan emasnya. Selain memiliki daya tarik sendiri menggadaikan emas di bank syariah akan mendapatkan biaya titipan gadai yang ringan, nilai taksiran tinggi, proses mudah dan cepat, emas tersimpan aman dan terjamin, perpanjangan otomatis saat jatuh tempo, mendapatkan fasilitas mobile banking dengan ragam layanan yang lengkap antara lain: pembayaran, pembelian, transfer, keuangan, zakat dan infaq.⁹

Setelah melakukan observasi pada salah satu bank syariah yang memiliki fasilitas layanan gadai emas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni yang beralamatkan Jl. Trans Sulawesi, Desa Beringin Jaya, Kec. Tomoni, Kab. Luwu Timur. Bank tersebut menyediakan konter Layanan gadai emas syariah

⁸ Meirani Rahayu Rukmanda, "Konsep Rahn Dan Implementasinya Di Indonesia," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 2–3.

⁹ Bagas Junindra Putra, *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Banyumanik*, *Journal of Engineering Research* (Semarang, 2023).

yang diresmikan pada hari rabu 01 September 2021. Konter tersebut melakukan jual beli gadai emas maupun investasi dan cicil emas yang sesuai dengan syariah islam untuk menjalankan bisnisnya dan sudah mempunyai sebanyak 326 nasabah pengguna layanan gadai emas hingga saat ini. Dan jumlah nasabah pada tahun 2022 berjumlah 5.321 nasabah dan ditahun 2023 mengalami peningkatan dengan sebesar 1.808 atau jumlah total menjadi 7.129 nasabah. Hingga di tahun 2024 mengalami peningkatan dengan jumlah total menjadi 9.982 nasabah.¹⁰

Dalam mengembangkan bisnis gadai emas, penting bagi pemasar untuk memahami perilaku nasabah. Ini termasuk mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku pelanggan potensial. Preferensi nasabah merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran, karena hal ini mencakup pilihan, kecenderungan, minat, dan kesukaan nasabah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan memahami preferensi nasabah, pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang efektif dan relevan bagi pasar target mereka.¹¹

Adanya permasalahan tersebut peneliti menganggap bahwa hal tersebut cukup penting untuk diteliti secara umum dan terfokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memprioritaskan pilihan mereka kepada lembaga keuangan penyedia layanan gadai emas syariah yang ada pada BSI KCP Tomoni. Preferensi nasabah bank syariah indonesia BSI KCP Tomoni menunjukkan hasil bahwa keyakinan agama menjadi alasan responden memilih gadai syariah bersama dengan pelayanan, harga dan produk dengan kata lain responden meyakini bunga bank itu haram, dan menghendaki pelayanan yang mudah dan

¹⁰ Observasi, tanggal 24 Agustus 2023, Pukul 14.12 WITA

¹¹ Minta Sari, "Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan.," (Padangsadambuan, 2021).

cepat serta nasabah yang memerlukan dana produktif cenderung menggunakan jasa gadai syariah. Pilihan nasabah terhadap gadai syariah meningkat lebih besar dari gadai konvensional. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa pelayanan sangat berpengaruh terhadap preferensi pada nasabah itu sendiri. Melihat nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai pada gadai syariah menunjukkan kualitas yang baik. Maka peneliti mengangkat judul **Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.**

B. Rumusan Masalah

Dalam menentukan rumusan masalah, peneliti mengambil rumusan masalah dalam penelitian yaitu Faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti mengemukakan bahwa tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

D. Manfaat Penelitian

Pada bagian ini peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan berbagai manfaat bagi beberapa pihak terkait dengan penelitian ini, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis:

Dari hasil penelitian ini akan diperoleh informasi mengenai tentang faktor faktor yang memengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni yang dapat menjadi sumbangan berharga bagi literatur dalam bidang keuangan dan layanan perbankan.

2. Manfaat Praktis:

- a. Secara akademisi, hasil penelitian ini diharapkan bisa berkontribusi pada pengetahuan akademik dalam bidang layanan perbankan, serta dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya.
- b. Bagi pihak Bank, Penelitian ini juga dapat untuk memahami preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas, sehingga mereka dapat meningkatkan layanan, produk dan harga sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.
- c. Bagi peneliti lainnya, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dalam penulisan proposal ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada tentang teori yang berkaitan dengan judul yang digunakan untuk memperoleh landasan teori ilmiah.

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Agung Purnama) dengan judul “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup*”. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian lapangan (*field research*). Berdasarkan analisis hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup. Variabel faktor budaya tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup. Variabel faktor promosi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.¹²

¹² Agung Purnama, Skripsi: *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah Pada PT Pegadaian (Persero) Caban Curup*, (Curup: IAIN Curup, 2023).

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Agung Purnama yang juga meneliti preferensi nasabah. Namun, perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan. Agung Purnama menggunakan faktor sosial dan faktor budaya sebagai variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini, variabel independennya adalah faktor pelayanan, faktor produk, dan faktor agama.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Riska) dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Luwu”*. Bentuk penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memperhitungkan pengaruh variabel bebas dan variabel terikat. Dengan hasil penelitian yaitu: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Luwu, Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Luwu. Kualitas produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Luwu.¹³

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riska, yang juga meneliti terkait pelayanan nasabah. Namun, perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan. Riska menggunakan kualitas produk sebagai variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini, variabel independennya meliputi faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor agama. Dengan demikian, penelitian ini memperluas

¹³ Riska, Skripsi: *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu*, (Palopo: IAIN Palopo, 2022).

cakupan variabel independen untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Minta Sari) dengan judul "*Analisis preferensi nasabah terhadap gadai emas pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan*". Bentuk penelitian yang di gunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan hasil penelitian yaitu Promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan syariah Sadabuan dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas. Kepercayaan berpengaruh terhadap preferensi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas. Promosi, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi nasabah pembiayaan gadai emas pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan.¹⁴

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Minta Sari, yang juga meneliti preferensi nasabah. Namun, perbedaannya terletak pada variabel independen yang digunakan. Minta Sari menggunakan faktor kepercayaan sebagai variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini, variabel independennya meliputi faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor agama.

¹⁴ Minta Sari, Skripsi: "Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan", (Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021).

4. Penelitian yang dilakukan oleh (Rilla Pariska Wawan) Dengan judul penelitian "*Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni Luwu Timur*". Bentuk penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian kuantitatif. Dengan hasil penelitian yaitu Variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Tomoni Luwu Timur. Variabel fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BSI KCP Tomoni Luwu Timur.¹⁵

Dalam penelitian ini, bahwa ada kesamaan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rilla Pariska Wawan di BSI KCP Tomoni terkait pelayanan nasabah. Namun, perbedaannya terletak pada variabel bebas yang diteliti. Penelitian sebelumnya memusatkan perhatian pada fasilitas sebagai variabel bebas, sedangkan penelitian ini memperhatikan faktor produk, faktor pelayanan, dan faktor agama sebagai variabel bebas.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Muliani Putri) pada judul jurnal penelitian "*Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang*". Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseach*), pengumpulan data dengan observasi atau peneliti mengamati secara langsung perilaku nasabah dalam konteks preferensi nasabah dan melakukan wawancara. Dari hasil penelitian ini tentang faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah gadai emas di Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang dapat diketahui bahwa: *trust, profit,*

¹⁵ Rilla Pariska Wawan, Skripsi: "Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Padabank Syariah Indonesia Kcp Tomoni Luwu Timur, (Palopo: IAIN Palopo, 2022).

service, *religious*, dan *promotion* merupakan faktor yang mempengaruhi kecenderungan atau preferensi nasabah gadai emas syariah memilih menggadaikan emasnya di Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang. Dan indikator *trust* dan *religious* memiliki nilai *mean* yang tinggi sehingga dapat diketahui bahwa preferensi nasabah gadai emas di Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang lebih banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai *trust* dan *religious*.¹⁶

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muliani Putri yaitu sama-sama meneliti tentang preferensi nasabah. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas, variabel bebas pada penelitian Muliani Putri adalah faktor *trust*, *profit*, *service*, *religious*, dan *promotion*, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor produk, faktor pelayanan dan faktor agama.

6. Penelitian yang dilakukan oleh (Rayhanil Jannah) dengan judul penelitian "*Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi nasabah terhadap bank syariah (Studi kasus pada PT. Bank Aceh Syariah cabang Sigh)*". Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa faktor religiusitas, faktor lokasi dan promosi, faktor fasilitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli. Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa faktor regulasi syariah, dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli. Dan berdasarkan dari hasil uji simultan di atas

¹⁶ Muliani Putri, "Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang)," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022):1206.

menunjukkan bahwa variabel bebas faktor religiusitas, regulasi syariah, lokasi dan promosi, fasilitas dan layanan serta kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli.¹⁷

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rayhanil Jannah yaitu sama-sama meneliti terkait faktor religiusitas, dan pelayanan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas, variabel bebas pada penelitian Rayhanil Jannah adalah faktor lokasi, promosi, faktor fasilitas dan regulasi syariah, sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor produk, faktor pelayanan dan faktor agama.

7. Penelitian yang dilakukan oleh (Andi Kurnianto) dengan judul penelitian “Pengaruh Harga, Produk dan Kenyamanan Terhadap Preferensi dalam Belanja Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa Ada pengaruh secara parsial harga, Produk, Kenyamanan terhadap preferensi belanja online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Dan ada pengaruh secara simultan harga, produk dan kenyamanan terhadap preferensi belanja online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.¹⁸

¹⁷ Rayhanil Jannah, Skripsi: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli),” (Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022).

¹⁸ Andi Kurnianto, Skripsi: “Pengaruh Harga, Produk Dan Kenyamanan Terhadap Preferensi Dalam Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang,” (Semarang, *Universitas Negeri Semarang*, 2020), 15–16.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Kurnianto yaitu sama-sama meneliti terkait faktor harga dan produk. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas, variabel bebas pada penelitian Andi Kurnianto adalah faktor kenyamanan sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor faktor pelayanan dan faktor agama.

8. Penelitian yang dilakukan oleh (Samsul Arifin, Muhammad Salman Al Farisi, Ermi Herawati) dengan judul jurnal penelitian “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa preferensi masyarakat terhadap Pegadaian Syariah dipengaruhi secara signifikan oleh faktor prinsip (religius), kepercayaan (trust), pelayanan (service), harga (price), tempat (place) serta promosi (promotion). Dalam penelitian ini faktor Pelayanan (service) merupakan faktor dominan yang mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap pegadaian syariah.¹⁹

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Samsul Arifin dkk yaitu sama-sama meneliti terkait faktor harga, religius dan pelayanan. Sedangkan perbedaannya terdapat pada variabel bebas, variabel bebas pada penelitian Samsul Arifin dkk adalah faktor kenyamanan sedangkan variabel bebas dalam penelitian ini adalah

¹⁹ Ermi Herawati Samsul Arifin, Muhammad salman Alfarisi, “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah,” *Jurnal Neraca Peradaban* 2, no. 1 (2022): 2, <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i1.86>.

faktor faktor tempat (place) serta promosi (promotion) dan kepercayaan (trust).

B. Landasan Teori

1. Preferensi

a. Pengertian preferensi

Pilihan-pilihan konsumen terhadap produk disebut dengan preferensi. Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain “selera”. Preferensi berasal dari bahasa Inggris *preference* yang berarti “*a greater liking for one alternative over another or others*” (kesukaan akan sebuah hal dibandingkan dengan hal yang lain). Preferensi konsumen muncul dalam tahap evaluasi alternatif dalam proses keputusan pembelian, dimana dalam tahap tersebut konsumen dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk maupun jasa dengan berbagai macam atribut yang berbeda-beda. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah suatu pilihan yang diambil dan dipilih konsumen dari berbagai macam pilihan yang tersedia.²⁰

Preference mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Teori preferensi konsumen dapat dikaitkan dengan teori perilaku konsumsi, karena pembahasan dalam preferensi disini didasarkan pada teori perilaku konsumen. Preferensi seseorang dalam memilih produk atau jasa tertentu tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik produk itu sendiri, tetapi juga oleh faktor-faktor eksternal seperti lingkungan, pengalaman

²⁰ Bergita Sitti Mangko dkk, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja* (Makassar, 2021). 39-40.

sebelumnya, dan rangsangan yang diterima oleh konsumen. Dengan memahami faktor-faktor ini, bisnis dapat lebih baik menyusun strategi pemasaran dan mengarahkan upaya mereka untuk memenuhi preferensi konsumen dengan lebih baik.²¹

Setiap konsumen tentunya mempunyai preferensi produk atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Preferensi konsumen terhadap suatu produk akan berubah dari waktu ke waktu, yang mengindikasikan bahwa preferensi konsumen penting dalam pemasaran karena berkaitan erat dengan keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Oleh karena itu, bagi perusahaan memahami preferensi konsumen terhadap produk ataupun jasa penting untuk dikembangkan.²²

Preferensi adalah pilihan individu terhadap suatu objek, yang dipengaruhi oleh kecenderungan dan pengalaman yang berbeda-beda dari setiap orang. Ini merupakan faktor kunci dalam memengaruhi keputusan individu dalam berinteraksi dengan lembaga keuangan syariah. Setiap konsumen memiliki tujuan untuk maksimalkan kepuasan dari pengeluaran tertentu, dan mereka akan memilih kombinasi yang paling diinginkan saat diberi pilihan.

Penting bagi pemasar untuk memahami bahwa persepsi konsumen seringkali lebih penting daripada realitas objek tersebut. Perilaku pembelian dipengaruhi oleh pikiran dan perasaan individu terhadap suatu objek. Karena

²¹ M.S. Al Farisi, "Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk," *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan (JMBK)* 1, no. 02 (2020): 60–75.

²² Fuad Mas'ud dan Helsa Annisa Devi, "Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Tengah)," *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 18, no. 1 (2021): 31, <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i1.38586>.

konsumen memiliki kekuatan untuk memilih, pengetahuan tentang preferensi konsumen terhadap suatu objek menjadi sangat penting bagi pemasar. Dengan memahami preferensi ini, pemasar dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk mencapai hasil yang diinginkan.²³

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi nasabah yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Pelayanan (*service*)

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang bertujuan memberikan kepuasan kepada nasabah pegadaian dengan menyediakan layanan yang lebih berkualitas dibandingkan pesaing secara konsisten. Secara umum, pelayanan (*customer service*) mencakup semua kegiatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, memastikan keinginan dan kebutuhan mereka terpenuhi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani berarti membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan

²³ Minta Sari, Skripsi: "Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan", (Padangsidempuan, 2021).

seseorang). Dalam buku "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan" oleh Lupiyoadi dan Hamdani, terdapat beberapa indikator pelayanan yaitu:

- a) Berwujud (*Tangibles*), Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya melalui penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan serta lingkungan sekitarnya sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.
- b) Keandalan (*Reliability*), Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan mencakup ketepatan waktu, pelayanan yang konsisten tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*), Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d) Jaminan dan Kepastian (*Assurance*) yaitu Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan, meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.
- e) Empati (*Empathy*), Memberikan perhatian tulus dan personal kepada pelanggan dengan memahami keinginan mereka. Perusahaan diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelanggan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

2) Faktor Produk (*product*)

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya.

Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd dalam buku “Pemasaran dan kepuasan pelanggan”, agar perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya di pasar, penting bagi perusahaan untuk memahami indikator-indikator yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk mereka dari produk pesaing, meliputi:

- a) *Durability* (daya tahan), ini mengacu pada seberapa lama produk dapat bertahan sebelum harus diganti. Semakin sering produk digunakan oleh konsumen, semakin besar daya tahan produk tersebut harus.
- b) *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), Ini merujuk pada sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi yang ditentukan oleh konsumen atau bebas dari cacat.
- c) *Features* (Fitur), Ini adalah karakteristik produk yang dirancang untuk meningkatkan fungsi produk atau menambah daya tarik konsumen terhadap produk tersebut.²⁴

²⁴ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

3) Faktor Agama (*Religiusitas*)

Kepercayaan adalah keyakinan individu akan kebaikan individu atau kelompok lain atau perusahaan dalam melaksanakan tugas dan kewajiban untuk kepentingan bersama. Suatu hubungan antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.²⁵

Perilaku konsumsi yang islami tidak menitikberatkan pada aspek materi semata, melainkan menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi guna memenuhi kebutuhan spiritual. Faktor religius menjadi salah satu faktor preferensi yang tidak hanya bertujuan untuk mendapatkan materi atau keuntungan, tetapi juga memastikan cara memperoleh materi tersebut sesuai dengan prinsip syariah. Dengan indikator beroperasi sesuai dengan prinsip syariah, produk tidak mengandung riba dan bunga, dan menghindari bisnis haram.²⁶ *Religiusitas* tidak hanya sekedar keyakinan, melainkan keyakinan tersebut sangat mempengaruhi kepercayaan dan perilaku individu.²⁷

²⁵ Khamdan Rifa'i, "Membangun Loyalitas Pelanggan," *Zifatama Publisher*, 2019, 26–27.

²⁶ Muliani Putri, "Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang)," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): hal 1205.

²⁷ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam: Perbandingan, Repository.Uin-Suska.Ac.Id* (Jawa Timur: Soega Publishing, 2019).

Faktor agama dapat mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi di pegadaian. Misalnya, keimanan seseorang terhadap kehalalan produk yang bebas dari riba serta adanya fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengenai keharaman bunga dapat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam bertransaksi.²⁸

4) Harga (*Price*)

Dalam buku “Preferensi konsumen dalam berbelanja” bahwa faktor preferensi konsumen dapat dilihat melalui indikator *Price* atau Harga.²⁹ Harga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.³⁰

Pertimbangan harga memang menjadi faktor kunci bagi konsumen dalam proses pembelian produk atau jasa. Saat dihadapkan dengan beberapa pilihan, konsumen cenderung memilih produk yang memberikan nilai terbaik sesuai dengan preferensi mereka, dengan mempertimbangkan harga yang dianggap ekonomis dan sepadan dengan nilai yang diberikan. Diskon harga juga sering menjadi daya tarik tambahan yang mendorong konsumen untuk memilih

²⁸ Minta Sari, Skripsi: “*Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan*”, (Padangsadambuan, 2021).

²⁹ Bergita Sitti Mangko dkk, *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja* (Makassar, 2021).

³⁰ Andi Kurnianto, Skripsi: “*Pengaruh Harga, Produk Dan Kenyamanan Terhadap Preferensi Dalam Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*,” (Semarang, *Universitas Negeri Semarang*, 2020), 15–16.

produk tersebut, terutama jika mereka dapat membeli dalam jumlah yang lebih besar dengan harga yang lebih rendah.

Harga dapat memiliki dampak langsung pada preferensi konsumen. Jika konsumen merasa bahwa produk yang mereka beli memiliki nilai yang sebanding dengan harganya, maka mereka akan merasa puas dengan pembelian mereka. Penawaran khusus seperti paket harga, diskon, atau promo juga dapat menjadi pendorong kuat bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Dengan memahami pentingnya faktor harga dalam preferensi konsumen, perusahaan dapat merancang strategi harga yang efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Ini termasuk menawarkan harga yang kompetitif, memberikan diskon menarik, dan mengemas produk dengan penawaran khusus yang menguntungkan bagi konsumen. Dengan demikian, harga menjadi salah satu elemen penting yang harus dipertimbangkan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Indikator harga menurut P. Kotler & Armstrong yaitu Penetapan Harga Jual. Keputusan penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli. Penetapan harga yang berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besar nilai yang

ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.³¹

2. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang memiliki rekening simpanan atau pinjaman di bank, sehingga mereka bisa berhubungan atau menjadi pelanggan bank. Dengan kata lain, nasabah adalah pihak yang menggunakan dan secara sengaja menjadi pelanggan bank yang dipercayainya, sehingga menjadi prioritas bagi bank. Nasabah, sebagai pelanggan (customer), bisa berupa individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat dari produk dan jasa perbankan, termasuk kegiatan pembelian, penyewaan, serta layanan jasa lainnya.

Menurut Pasal 1 ayat (17) UU No. 10 tahun 1998, nasabah adalah “Pihak yang menggunakan jasa bank.” Nasabah memegang peran penting dalam industri perbankan, karena dana yang disimpan oleh nasabah di bank merupakan sumber dana yang vital bagi operasional bank untuk menjalankan usahanya.³²

3. Layanan Gadai Emas

a. Pengertian gadai emas

Pengertian gadai (*Rahn*) adalah suatu barang yang menjadi tanggungan utang, sedangkan menurut istilah adalah menyerahkan sejumlah harta yang

³¹ Caroline Lystia Rut Winasis, Halimah Sandra Widiyanti, and Baruna Hadibrata, “Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 4 (2022): 394.

³² Fadhila Audi Ubay dan Ahmad Perdana Indra, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Hasanah Card Sebagai Kartu Kredit Study Kasus BSI KCP Krakatau Produk Yang Dijual Atau Ditawarkan Oleh Bank ”.,” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): hal 3.

diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta dimaksud sesudah ditembus. Menurut ulama fikih syafi'iyah mendefenisikan menjadi suatu benda sebagai jaminan uang yang dapat dijadikan pembayaran ketika berhalangan dalam membayar utang. Sedangkan menurut ulama Hanabilah, gadai adalah harta yang dijadikan jaminan utang yang akan digunakan sebagai pembayaran jika peminjam tidak mampu melunasi utangnya kepada pemberi pinjaman.

Gadai syariah (rahn) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (rahin) sebagai barang jaminan (marhun) atas hutang atau pinjaman (marhun bih) yang diterimanya. Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis Dasar hukum gadai emas.³³

1) Al-Qur'an

Ayat pada Al-qur'an yang bisa menjadi dasar hukum oleh gadai ialah pada Qur'an Surah Al-Baqarah: 283, diantaranya adalah:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ إِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ
أَمَانَةً وَأَلْيَقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahannya:

Jika kamu dalam perjalanan dan melaksanakan muamalah tidak secara tunai sedangkan kamu tidak menemukan seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan oleh yang menghutangkan. Tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain,

³³ Muhammad Alwi, "Praktek Gadai Sawah Pada Masyarakat Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar Perspektif Etika Bisnis Islam," *J-ALIF Jurnal Penelitian Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam* 1, no. 1 (2016): 18.

*maka hendaklah yang dipercaya itu menunaikan amanat (utangnya) dan hendaknya ia bertakwa kepada Allah SWT.*³⁴

2) Al-Hadis

Bukhari dan lainnya meriwayatkan dari Aisyah berkata “Rasulullah pernah memberi makanan dari orang Yahudi dan beliau menggadaikannya kepadanya baju besi beliau” (HR. Bukhari dan Muslim).

3) Ijtihad Ulama

Perjanjian gadai yang diajarkan dalam al-Quran dan al-Hadits itu dalam pengembangan selanjutnya dilakukan oleh para fuqaha dengan jalan Ijtihad, dengan kesepakatan para ulama bahwa gadai diperbolehkan dan para ulama tidak pernah mempertentangkan kebolehnya demikian juga dengan landasan hukumnya. Namun demikian perlu dilakukan pengkajian ulang yang lebih mendalam bagaimana seharusnya pegadaian menurut landasan hukumnya.

Asy-Syafii mengatakan Allah tidak menjadikan hukum kecuali dengan barang berkriteria jelas dalam serah terima. Jika kriteria tidak berbeda (dengan aslinya) maka wajib tidak ada keputusan. Mazhab Maliki berpendapat, gadai wajib dengan akad (setelah akad) orang yang menggadaikan (*rahn*) dipaksakan untuk menyerahkan *borg* (jaminan) untuk dipegang oleh yang memegang gadaian (*murtahin*). Jika *borg* sudah berada di tangan pemegang gadaian (*murtahin*) orang yang menggadaikan (*rahin*) mempunyai hak memanfaatkan, berbeda dengan pendapat Imam Asy Syafii yang mengatakan,

³⁴ Kementerian Agama RI, Al-quran dan Terjemahnya, (Bandung: Jumanatul Ali Art, 2016).

hak memanfaatkan berlaku selama tidak merugikan/ membahayakan pemegang gadaian.³⁵

4) Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 26/DSN-MUI/III/2002

Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 26/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn Emas dimana membolehkan gadai dengan menggunakan emas berdasarkan prinsip rahn. Fatwa tersebut mengatur ketentuan ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*), namun ternyata fatwa ini juga memberikan sebuah batasan bahwa ongkos yang dibebankan kepada penggadai itu besarnya didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata dikeluarkan.

Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn Emas memutuskan bahwa:

- a) Rahn Emas dibolehkan berdasarkan prinsip Rahn (lihat Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn).
- b) Ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh penggadai (*rahin*).
- c) Ongkos sebagaimana dimaksud pada ayat 2 didasarkan pada pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan.
- d) Biaya penyimpanan barang (*marhun*) dilakukan berdasarkan akad Ijarah.³⁶

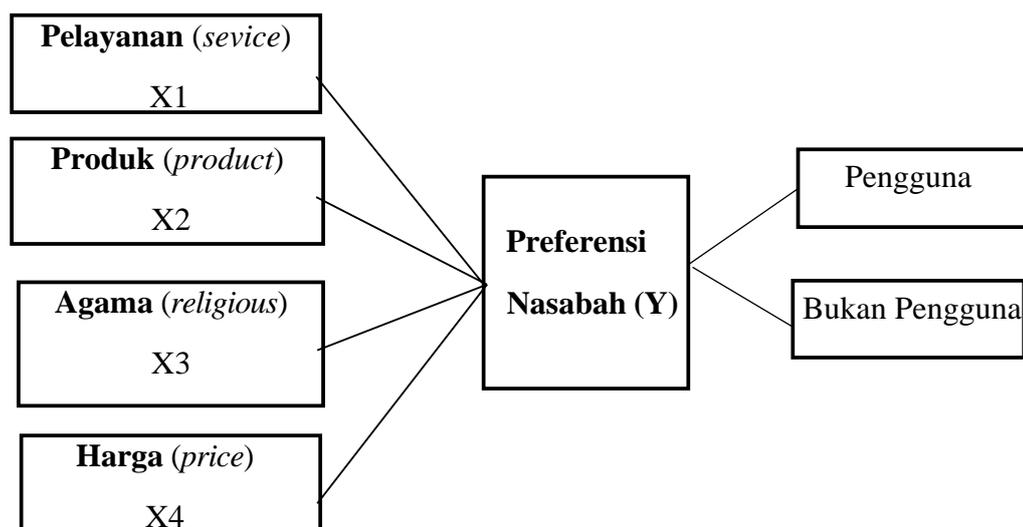
³⁵ Amiruddin K, *Gadai Syariah Kontemporer* (Samata, Gowa: Alauddin University Press, 2020).

³⁶ Meidinah Munawaroh Dkk, *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia* (Yogyakarta, 2019).

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dalam penelitian ini. Seperti yang peneliti jelaskan sebelumnya, peneliti menggunakan teknik analisis faktor. Dalam melakukan analisis faktor, untuk mendapatkan bentuk faktor-faktor baru, peneliti perlu melakukan uji validitas dan realibilitas untuk mengetahui valid tidaknya pertanyaan dan pernyataan dalam kuisisioner. Berikut struktur kerangka pikir yang digunakan peneliti dalam penelitian ini, sebagai berikut;

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan prediksi awal sebuah hipotesis awal penelitian awal yang bisa berupa hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.³⁷ Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian serta telaah pustaka yang dibahas di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian yaitu: Faktor

³⁷ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Medan: KBM Indonesia, 2022).52.

pelayanan, faktor produk, faktor agama dan faktor harga berpengaruh terhadap preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas BSI KCP Tomoni.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif yaitu data yang berupa angka atau bilangan.³⁸

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang di perlukan. Lokasi penelitian ini dilakukan di BSI KCP Tomoni Kecamatan Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada Maret-April 2024.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Pelayanan

Pelayanan (customer service) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang).

³⁸ Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo (Yogyakarta, 2015).

2. Produk

Produk merupakan titik pusat dari kegiatan pemasaran karena produk merupakan hasil dari suatu perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi dan merupakan alat dari suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dari perusahaannya.³⁹

3. Agama

Perilaku konsumsi yang islami tidak menitik beratkan pada materi tetapi menganjurkan untuk mengurangi kebutuhan materi untuk memenuhi kebutuhan spiritualnya. Faktor religious sebagai salah satu faktor preferensi, tidak hanya bertujuan mendapatkan materi atau keuntungan tetapi juga cara mendapatkan materi yang sesuai dengan prinsip syariah. Religiusitas bukan hanya sekedar keyakinan, namun keyakinan Perilaku Religiusitas Konsumen tersebut sangat mempengaruhi kepercayaan dan perilaku individu.⁴⁰

4. Harga

Harga merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi. Sebaliknya apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal.

³⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019).

⁴⁰ Julina, *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam: Perbandingan, Repository.Uin-Suska.Ac.Id* (Jawa Timur: Soega Publishing, 2019).

5. Preferensi

Pilihan-pilihan konsumen terhadap produk disebut dengan preferensi. Preferensi dapat disebut pula dengan kata lain “selera”. *Preference* mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu.

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti dalam cakupan wilayah dan waktu tertentu, berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Jadi populasi penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni berjumlah 9.982 orang nasabah. Peneliti akan memilih sasaran populasi ini sesuai dengan tujuan penelitiannya. Dari populasi tersebut, peneliti akan memilih sampel yang mewakili populasi tersebut untuk dijadikan subjek penelitian.

2. Sampel

Setiap penelitian tentunya memiliki keterbatasan sumber daya baik waktu, tenaga maupun anggaran, sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dari seluruh populasi yang ditargetkan. Oleh karena itu dalam sebuah penelitian, peneliti perlu menentukan bagian representatif untuk mewakili populasi, inilah yang disebut dengan sampel. Dengan demikian dapat disampaikan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang terpilih

menjadi sasaran penelitian.⁴¹ Sampel dalam penelitian adalah 100 nasabah BSI KCP Tomoni.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Quota Sampling, di mana sampel dipilih berdasarkan jumlah atau jatah yang telah ditentukan sebelumnya. Pemilihan sampel dilakukan untuk mencerminkan karakteristik populasi secara proporsional. Dalam hal ini, subjek yang mudah ditemui mungkin menjadi pilihan untuk memudahkan proses pengumpulan data. Dengan menggunakan Quota Sampling, peneliti dapat memastikan representasi yang baik dari populasi yang diteliti.⁴²

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian memang sangat membantu peneliti dalam mengambil data di lapangan. Ada berbagai bentuk instrumen penelitian, seperti angket, kuesioner, lembar observasi, tes, dan wawancara. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, yang merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada objek penelitian. Kuesioner merupakan salah satu cara efektif untuk mengumpulkan data dari responden secara sistematis dan seragam.⁴³

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner (Angket) yang merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada objek penelitian.

⁴¹ Amruddin dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo, Pradina Pustaka 2022).

⁴² Denok Sunarsi Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Depok, Raja Grafindo Persada 2021).

⁴³ Amruddin dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo, Pradina Pustaka 2022)

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item pertanyaan
1	Pelayanan	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	1. Memberikan bantuan dengan cepat ketika nasabah mengalami masalah
			2. Fasilitas-fasilitas fisik di BSI, seperti Ac, sofa dll memenuhi kebutuhan
		Keandalan (<i>Realibility</i>)	3. Menjamin keandalan layanan kepada nasabah.
			4. Melayani nasabah dengan konsisten dalam memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu
		Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	5. Melayani nasabah dalam membantu dan menjawab pertanyaan
			6. Melayani nasabah dengan kecepatan respon ketika mengajukan permintaan atau keluhan
		Jaminan dan kepastian (<i>Assurance</i>)	7. Pegawai BSI memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan yang dijanjikan
			8. Pegawai BSI memberikan pelayanan yang nyaman, tepat, dan teliti untuk nasabahnya.
		Empati (<i>Emphaty</i>)	9. Karyawan di BSI benar-benar mendengarkan dan memahami kebutuhan nasabah.
			10. Karyawan BSI memberikan respons yang empatik
2.	Produk	Daya Tahan (<i>Durability</i>)	1. Produk yang di tawarkan BSI KCP Tomoni telah diuji untuk ketahanannya.
			2. Produk dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang
		Kesesuaian dan spesifikasi	3. Produk BSI memenuhi spesifikasi yang ditetapkan

		4. Aspek produk ini sesuai dengan kebutuhan atau harapan
	Fitur	5. Fitur-fitur tambahan memperkaya pengalaman nasabah 6. Fitur-fitur BSI dapat memberikan keuntungan nasabahnya
3	Agama	1. Segala macam transaksi di BSI sesuai prinsip syariah. 2. Mekanisme kinerja di BSI KCP Tomoni berdasarkan syariah
	Beroperasi sesuai prinsip syariah	3. Mekanisme kerja produk di BSI KCP Tomoni bebas dari riba dan bunga. 4. Produk BSI KCP Tomoni tidak mengandung Riba dan bunga.
	Produk tidak mengandung riba dan bunga	5. Dalam ajaran agama anda bisnis haram itu tidak diperbolehkan 6. Mempertimbangkan nasabahnya dalam memilih atau menjalankan bisnis
	Menghindari bisnis haram	
4	Harga	1. Faktor harga dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk gadai emas di BSI KCP Tomoni 2. BSI KCP Tomoni memberikan penawaran harga sesuai dengan kualitas
	Ketetapan harga jual	

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuesioner atau Angket

Questioner disebut pula angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan

kepada responden untuk diisi.⁴⁴ Adapun Instrumen daftar pertanyaan dan berupa pertanyaan (berupa isian yang diisi oleh responden), Check list adalah kuesioner yang berisi daftar dan responden hanya perlu memberikan tanda check atau centang (\surd) pada kolom yang telah disediakan.⁴⁵ Untuk jawaban hasil kuesioner pada faktor-faktor yang sesuai dengan pendapat responden menggunakan alternatif jawaban berupa: Ya dan Tidak.

2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari sumber dokumen dan rekaman. Dokumentasi digunakan dengan alasan karena sumber ini selalu tersedia dan murah, kaya secara kontekstual, relevan serta mendasar dalam konteksnya.⁴⁶

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas kuesioner, kriteria pengujian yang digunakan adalah jika r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$, maka alat ukur tersebut dinyatakan valid.

⁴⁴ Denok Sunarsi Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Depok, Raja Grafindo Persada 2021).

⁴⁵ Amruddin dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Sukoharjo, Pradina Pustaka 2022)

⁴⁶ Denok Sunarsi Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Depok, Raja Grafindo Persada 2021).

Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan tidak akan disertakan dalam pengolahan data berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama.⁴⁷

2. Uji Asumsi Analisis Faktor

a. Analisis Uji KMO and Bartlett's Test

1) Bartlett's Test of Sphericity

Pada analisis faktor, diperlukan variabel-variabel yang saling berkorelasi. Semakin tinggi nilai korelasi antar variabel, maka semakin besar kemungkinan variabel tersebut berada di faktor yang sama. Untuk menentukan apakah suatu variabel berkorelasi dengan variabel lainnya, maka dilakukan uji bartlett's test of sphericity. Pada uji bartlett's test of sphericity dapat ditentukan apakah variabel tersebut memiliki korelasi atau tidak dengan melihat nilai taraf signifikansi yang diperoleh. Apabila nilai sig berada dibawah alpha 0.05, maka korelasi antar variabel rendah sehingga analisis faktor tidak bisa dilanjutkan. Sebaliknya, apabila nilai sig kurang dari 0.05, maka korelasi antar variabel tinggi dan proses analisis faktor dapat dilanjutkan.

⁴⁷ Imam Ghozali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS, E-Book*, vol. 1, 2018.

2) KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)

KMO adalah uji yang dilakukan untuk menentukan kelayakan (appropriateness) dari suatu analisis faktor yang akan dilakukan. Skala uji KMO berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai KMO hitung lebih rendah dari 0,5, maka analisis faktor tidak layak dilakukan. Sedangkan jika nilai KMO hitung lebih besar dari 0,5, maka analisis faktor layak dilakukan.⁴⁸

3. Analisis Regresi Logistik

Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik binary. Model Regresi Logistik Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik (logistic regression), yaitu dengan melihat pengaruh faktor pelayanan, produk, agama dan harga pada preferensi nasabah layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Dalam penelitian ini, variabel dependen merupakan variabel kategorik dan bersifat dikotomi karena memiliki dua variabel dependen (Pengguna gadai dan bukan pengguna gadai) sebagai variabel binary dengan nilai 1 dan 0 sedangkan variabel independen merupakan variabel metrik dan merupakan variabel dummy. Pengujian model berdasarkan data yang akan disajikan menggunakan alat pengolahan data Microsoft excel dan Statistical Package For Social Science (SPSS).

⁴⁸ Purwanto, *Analisis Faktor: Konsep, Prosedur Uji Dan Interpretasi* (Surakarta: STAIN Surakarta, 2004).

a. Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Untuk menilai keseluruhan model (Overall Model Fit) ditunjukkan dengan Log Likelihood Value (nilai $-2LL$), yaitu dengan cara membandingkan antara nilai $-2LL$ pada awal (block number = 0) dengan nilai $-2LL$ pada akhir (block number = 1). Pengujiannya dilakukan dengan melihat selisih antara nilai -2 log likelihood awal (block number = 0) dengan nilai -2 log likelihood akhir (block number = 1). Apabila nilai -2 log likelihood awal lebih besar dari nilai -2 log likelihood akhir, maka terjadi penurunan hasil. Penurunan Log Likelihood menunjukkan model regresi yang semakin baik.

b. Menguji Kelayakan Model Regresi (Goodness of Fit Test)

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test. Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit). Jika nilai statistic Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test sama dengan atau kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga Goodness fit model tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol tidak dapat ditolak dan berarti model mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena cocok dengan data observasinya.

c. Koefisien Determinasi (Nagelkerke's R Square)

Variabilitas dari variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen diukur menggunakan koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai Nagelkerke R Square. Nilai dari Nagelkerke R Square berupa desimal yang dapat diubah menjadi presentase agar mudah dipahami dan diinterpretasikan.

d. Matriks klasifikasi

Menunjukkan kekuatan prediksi dari model regresi logistik untuk memprediksi kemungkinan terjadinya pengaruh pada variabel preferensi.⁴⁹

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji t (parsial) dan uji F (simultan).

a. Uji Parsial (uji-t)

Uji t digunakan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak, dengan tingkat signifikansi 0,05.⁵⁰

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengamati pengaruh seluruh variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%.

⁴⁹ Johan Harlan, *Analisis Regresi Logistik* (Depok: Gunadarma, 2018).

⁵⁰ Ghozali, *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS*, (2018).

Jika nilai signifikan $F < 0,05$, Maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dan sebaliknya. Uji F simultan digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengujian statistik ANOVA digunakan sebagai bentuk pengujian hipotesis untuk menarik kesimpulan berdasarkan data atau kelompok statistik. Keputusan diambil dengan melihat nilai F dalam tabel ANOVA, dengan tingkat signifikansi 0,05. Ketentuan uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.⁵¹

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari uji R^2 dilihat dari nilai adjusted R squarenya.

⁵¹ Ibnu Al Saudi Syarifuddin, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Palangkaraya, Publisher Palangkaraya 2022). 21.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran lokasi penelitian

a. Sejarah berdirinya BSI KCP Tomoni

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk memimpin dalam industri Keuangan Syariah. Kesadaran masyarakat yang semakin meningkat terhadap isu halal serta dukungan kuat dari para pemangku kepentingan merupakan faktor penting dalam mengembangkan ekosistem industri halal di Indonesia, termasuk peran Bank Syariah. Bank Syariah memiliki peran vital sebagai fasilitator dalam seluruh kegiatan ekonomi di ekosistem industri halal. Di Indonesia, industri Perbankan Syariah telah menunjukkan peningkatan dan pengembangan yang signifikan, baik dalam inovasi produk, peningkatan layanan, maupun perluasan jaringan, yang menunjukkan tren positif setiap tahunnya. Semangat percepatan juga terlihat dari banyaknya aksi korporasi oleh Bank Syariah, termasuk tiga Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN: Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021, bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, menjadi momen bersejarah dengan bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas, yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini mengintegrasikan kelebihan dari ketiga Bank Syariah, menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan

yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih kuat. Didukung oleh sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah ini bertujuan untuk melahirkan Bank Syariah yang menjadi kebanggaan umat, berkontribusi dalam pembangunan ekonomi nasional, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga mencerminkan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan membawa kebaikan bagi seluruh alam (Rahmatan Lil'Alamiin).

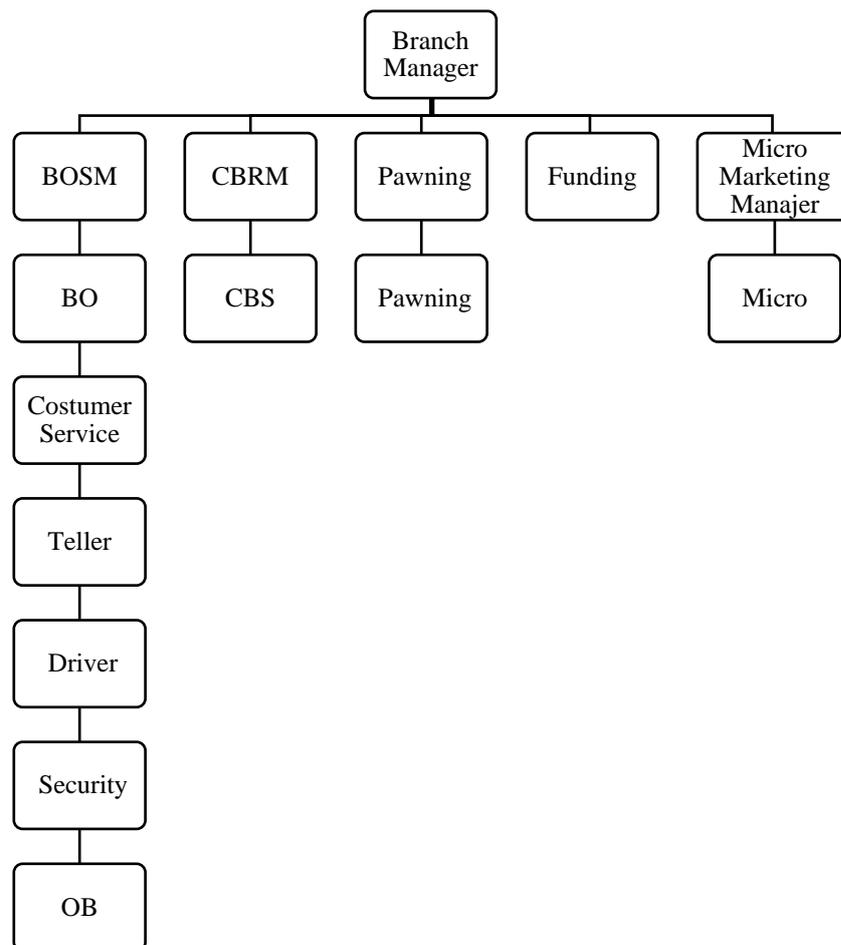
Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan melalui surat dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 berisi izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI Syariah Tbk, serta izin perubahan nama dan izin usaha PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Surat dari OJK ini memperkuat posisi BSI untuk menjalankan aktivitas perbankan berdasarkan konsep syariah, menggabungkan keunggulan dari ketiga bank pembentuknya.

Pada hari Rabu 01 September 2021, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni meresmikan konter Layanan Gadai emas. Konter gadai ini merupakan komitmen untuk peningkatan pelayanan kepada masyarakat. Dengan keberadaan konter gadai tersebut dapat mempermudah masyarakat dengan jangkauan yang lebih luas lagi. Masyarakat juga bisa melakukan

investasi emas dengan program cicilan emas, sehingga dapat mempermudah masyarakat untuk dapat memiliki emas.

b. Struktur BSI KCP Tomoni

Gambar 4.1 Struktur Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni



c. Visi dan Misi

1) Visi

Adapun Visi dari BSI KCP Tomoni yaitu menjadi Top 10 bank syariah global.

2) Misi

- a) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

2. Karakteristik Responden

a. Deskripsi Data Responden

Pada penelitian ini respondennya ialah nasabah BSI KCP Tomoni, mulai dari jenis kelamin, pekerjaan, dan agama. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah yang ditemui peneliti saat penelitian dilangsungkan yang berjumlah sebanyak 100 nasabah.

1) Berdasarkan jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
		Responden	Presentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari hasil pengolahan data di atas terhadap karakteristik responden ditinjau dari jenis kelamin, diketahui responden terbanyak ialah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu 55 responden ataupun sebesar 45%, serta laki-laki yaitu 45 responden ataupun 45% maka bisa dikatakan kalau rata-rata pemakaian jasa pada BSI KCP Tomoni dominan perempuan.

2) Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Responden	Presentase (%)
1	Pelajar	16	16%
2	PNS	48	48%
3	Wiraswasta	20	20%
4	Lainnya	16	16%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai pekerjaan responden, mayoritas responden adalah PNS dengan jumlah 48 responden atau 48%. Responden yang bekerja sebagai pelajar berjumlah 16 orang atau 16%, diikuti oleh pekerjaan lainnya sebanyak 16 orang atau 16%. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa rata-rata nasabah BSI KCP Tomoni Luwu Timur didominasi oleh PNS.

3) Berdasarkan Agama

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

No	Agama	Tanggapan Responden	
		Responden	Presentase (%)
1.	Islam	83	83%
2.	Non Islam	17	17%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data mengenai agama responden, mayoritas responden adalah islam, dengan jumlah 83 orang atau 83%, sedangkan responden non-Islam berjumlah 17 orang atau 17%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah BSI KCP Tomoni Luwu Timur didominasi oleh responden yang beragama Islam.

4) Berdasarkan pengguna

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna

No	Agama	Tanggapan Responden	
		Responden	Presentase (%)
1.	Pengguna gadai	50	50%
2.	Bukan pengguna gadai	50	50%
	Total	100	100%

Sumber: diolah tahun 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data responden pengguna gadai dengan jumlah 50 orang atau 50%, sedangkan responden bukan pengguna berjumlah 50 orang atau 50%.

3. Deskripsi jawaban Responden

a. Jawaban Responden pada Variabel Pelayanan

Dalam variabel pelayanan, terdapat lima indikator utama, yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati.

Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel Pelayanan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	X1_1	100	100%	-	-
2	X1_2	93	93%	7	7%
3	X1_3	99	99%	1	1%
4	X1_4	100	100%	-	-
5	X1_5	87	87%	13	13%
6	X1_6	100	100%	-	-
7	X1_7	98	98%	2	2%
8	X1_8	92	92%	8	8%
9	X1_9	85	85%	15	15%
10	X1_10	86	86%	41	14%

Sumber: diolah tahun 2024

Untuk variabel pelayanan terdiri dari 10 pertanyaan yang mencakup semua indikator tersebut. Seluruh 100 responden telah menjawab kuesioner. Dari data yang diberikan, kita dapat melihat tingkat preferensi nasabah

terhadap beberapa aspek layanan di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

Berikut adalah rangkuman hasil kuesioner tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (tentang memberikan bantuan dengan cepat ketika anda mengalami masalah) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 2) Pernyataan kedua (tentang fasilitas-fasilitas yang memenuhi kebutuhan nasabah) mendapat jawaban Ya dari 93 responden (93%).
- 3) Pernyataan ketiga (tentang menjamin keandalan layanan kepada nasabah) mendapat jawaban Ya dari 99 responden (100%).
- 4) Pernyataan keempat (tentang konsisten dalam memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 5) Pernyataan kelima (tentang bantuan membantu dan menjawab pertanyaan anda) mendapat jawaban Ya dari 87 responden (87%).
- 6) Pernyataan keenam (tentang menanggapi dengan cepat respon nasabah ketika mengajukan permintaan atau keluhan.) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 7) Pernyataan ketujuh (tentang memberikan layanan yang konsisten dan sesuai dengan yang dijanjikan) mendapat jawaban Ya dari 98 responden (98%).
- 8) Pernyataan kedelapan (memberikan pelayanan yang nyaman, tepat, dan teliti untuk nasabahnya) mendapat jawaban Ya dari 92 responden (92%).

9) Pernyataan kesembilan (tentang benar-benar mendengarkan dan memahami kebutuhan Anda) mendapat jawaban Ya dari 85 responden (85%).

10) Pernyataan kesepuluh (tentang memberikan respons yang empatik terhadap masalah atau pertanyaan yang Anda sampaikan) mendapat jawaban Ya dari 86 responden (86%).

Dari data ini, terlihat bahwa kebanyakan responden memberikan penilaian positif terhadap berbagai aspek layanan yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

2. Jawaban Responden pada Variabel Produk

Dalam variabel produk terdapat tiga indikator yaitu: Daya tahan, Kesesuaian dan spesifikasi, dan Fitur. Adapun pertanyaan pada kuesioner untuk variabel pelayanan yaitu sebanyak 6 pertanyaan. Seluruh responden berjumlah 100 orang telah menjawab.

Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel Produk

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	X1_1	100	100%	-	-
2	X1_2	100	100%	-	-
3	X1_3	96	96%	4	4%
4	X1_4	84	84%	16	16%
5	X1_5	90	90%	10	10%

6	X1_6	99	100%	1	1%
---	------	----	------	---	----

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang disajikan, kita dapat melihat penilaian nasabah terhadap beberapa aspek produk yang ditawarkan. Berikut adalah ringkasan dari hasil tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (Produk yang di tawarkan BSI KCP Tomoni telah diuji untuk ketahanannya) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 2) Pernyataan kedua (Produk dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 3) Pernyataan ketiga (tentang pemenuhan spesifikasi produk yang ditetapkan) mendapat jawaban Ya dari 96 responden (96%).
- 4) Pernyataan keempat (tentang produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah) mendapat jawaban Ya dari 84 responden (84%).
- 5) Pernyataan kelima (tentang Fitur-fitur pendukung dapat memperkaya pengalaman pengguna saat menggunakan produk ini) mendapat jawaban Ya dari 90 responden (90%).
- 6) Pernyataan keenam (tentang fitur-fitur yang ada pada produk di BSI KCP Tomoni dapat memberikan keuntungan untuk nasabahnya) mendapat jawaban Ya dari 99 responden (99%).

Dari data ini, terlihat bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap produk yang ditawarkan, dengan penekanan pada

keandalan, pemenuhan spesifikasi, kesesuaian dengan kebutuhan, dan fitur tambahan yang memenuhi kebutuhan nasabah.

3. Jawaban Responden pada Variabel Agama

Dalam variabel Agama terdapat tiga indikator yaitu: Beroperasi sesuai prinsip syariah, Produk tidak mengandung riba dan bunga, dan menghindari bisnis haram. Adapun pertanyaan pada kuesioner untuk variabel pelayanan yaitu ada enam dan Seluruh responden berjumlah 100 orang telah menjawab kuesioner tersebut.

Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel Agama

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	X1_1	100	100%	-	-
2	X1_2	100	100%	-	-
3	X1_3	97	97%	3	3%
4	X1_4	100	100%	-	-
5	X1_5	100	100%	-	-
6	X1_6	85	85%	15	15%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang disajikan, terdapat penilaian responden terhadap variabel Agama dalam menjalankan aktivitas bisnis. Berikut adalah ringkasan dari hasil survei tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (Segala macam transaksi sesuai prinsip syariah) mendapat Jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 2) Pernyataan kedua (Mekanisme kinerja berdasarkan syariah) mendapat Jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 3) Pernyataan ketiga (tentang produk keuangan yang bebas dari riba dan sesuai dengan prinsip agama) mendapat Jawaban Ya dari 97 responden (97%).
- 4) Pernyataan keempat (produk bebas dari riba dan bunga.) mendapat Jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 5) Pernyataan kelima (bisnis haram itu tidak diperbolehkan) mendapat Jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 6) Pernyataan keenam (mempertimbangkan nasabahnya dalam memilih atau menjalankan bisnis) mendapat Jawaban Ya dari 85 responden (85%).

Dari hasil tersebut, terlihat bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama dalam menjalankan bisnis, integritas, dan kesesuaian produk keuangan dengan keyakinan agama mereka. Hal ini menunjukkan pentingnya aspek-aspek agama dalam pandangan nasabah terhadap layanan keuangan..

4. Jawaban Responden pada Variabel Harga

Dalam variabel Harga, Adapun pertanyaan pada kuesioner untuk variabel harga yaitu ada 2 dan Seluruh responden berjumlah 100 orang telah menjawab kuesioner tersebut.

Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Harga

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	X1_1	100	100%	-	-
2	X1_2	50	50%	50	50%

Sumber: diolah tahun 2024

Dari data yang disajikan, terdapat penilaian responden terhadap variabel Harga dalam menjalankan aktivitas bisnis. Berikut adalah ringkasan dari hasil survei tersebut:

- 1) Pernyataan pertama (harga dapat mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk gadai emas) mendapat jawaban Ya dari 100 responden (100%).
- 2) Pernyataan kedua (memberikan penawaran harga sesuai dengan kualitas) mendapat jawaban Ya dari 50 responden (50%) dan jawaban tidak 50 responden (50%).

5. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Correlations

		Pelayanan	Produk	Agama	Harga	Preferensi
Pelayanan	Pearson Correlation	1	.186	.065	.034	-.123
	Sig. (2-tailed)		.054	.021	.041	.023
	N	100	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.186	1	-.074	.096	-.096
	Sig. (2-tailed)	.054		.046	.034	.034
	N	100	100	100	100	100
Agama	Pearson Correlation	.065	-.074	1	-.049	.000
	Sig. (2-tailed)	.021	.046		.029	0.00
	N	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.034	.096	-.049	1	.120
	Sig. (2-tailed)	.041	.044	.329		.034
	N	100	100	100	100	100
Preferensi	Pearson Correlation	-.123	-.096	.000	.120	1
	Sig. (2-tailed)	.023	.044	.000	.024	
	N	100	100	100	100	100

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Jika nilai sig < 0,05 maka kuisisioner dari variabel tersebut dikatakan **valid**.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary				Reliability Statistics
		N	%	Cronbach's Alpha
Cases	Valid	100	100.0	.699
	Excluded ^a	0	.0	
	Total	100	100.0	
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.				

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Jika nilai croanbach's alpha lebih dari $> 0,6$ maka variabel **Reliable**.

6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji R² digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari uji R² dilihat dari nilai adjusted R squarenya. Berikut adalah hasil dari uji R² yaitu:

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.195 ^a	.038	.663	.503

Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Hasil uji R² didapatkan nilai Adjusted R square² nya sebesar 0,663 yang artinya sebesar 66,3 % variabel X mempengaruhi variabel Y.

7. Uji Normalitas

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		X1	X2	X3	X4	Y
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	9.41	5.69	5.82	1.50	.50
	Std. Deviation	.900	.526	.411	.503	.503
Most Extreme Differences	Absolute	.354	.442	.499	.340	.340
	Positive	.256	.278	.331	.340	.340
	Negative	-.354	-.442	-.499	-.340	-.340
Kolmogorov-Smirnov Z		3.539	4.422	4.991	3.401	3.401
Asymp. Sig. (2-tailed)		.006	.006	.006	.006	.006

a. Test distribution is Normal.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Nilai a symp sig 2-tailed dari seluruh variabel lebih dari 0,05 maka seluruh variabel dari penelitian ini berdistribusi normal.

8. Analisis Faktor

a. Uji Analisis KMO And Batterlet's Test

**Tabel 4.13 Hasil Uji KMO and Batterlet's
KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.501
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	9.363
	df	10
	Sig.	.498

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Tabel 4.14 Communalities

	Initial	Extraction
X1	1.000	.619
X2	1.000	.594
X3	1.000	.878
X4	1.000	.698
Y	1.000	.644

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Tabel diatas menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel X1 nilainya sebesar 0,619 artinya variabel X1 dapat menjelaskan faktor sebesar 61,9%.
- 2) Variabel X2 nilainya sebesar 0.594 artinya variabel X2 dapat menjelaskan faktor sebesar 59,4%.
- 3) Variabel X3 nilainya sebesar 0,878 artinya variabel X3 dapat menjelaskan faktor sebesar 87,8%.
- 4) Variabel X4 nilainya sebesar 0,698 artinya variabel X4 dapat menjelaskan faktor sebesar 69,8%.

Dapat disimpulkan dimana semuanya $> 50\%$, oleh karenanya bahwasannya semua variabel dapat menjelaskan faktor.

Tabel 4.15 Total Variance Explained

c	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.275	25.510	25.510	1.275	25.510	25.510	1.266	25.328	25.328
2	1.143	22.857	48.367	1.143	22.857	48.367	1.122	22.442	47.770
3	1.015	20.304	68.671	1.015	20.304	68.671	1.045	20.901	68.671
4	.797	15.936	84.608						
5	.770	15.392	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Tabel total variance explained digunakan untuk menentukan berapakah faktor yang mungkin dapat dibentuk. Berdasarkan tabel diatas terdapat 5 komponen yang dapat mewakili variabel. Nilai eigenvalues yang ditetapkan adalah 1, maka nilai total yang akan diambil yang 1 yaitu c komponen 1,2 dan 3.

Tabel 4.16 Component Matrix ^a

	Component		
	1	2	3
X1	.708	-.080	.334
X2	.706	.297	-.086
X3	-.043	-.451	.820
X4	.117	.764	.318
Y	-.510	.512	.349

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Setelah mengetahui faktor maksimal yang bisa terbentuk adalah 3 faktor, maka selanjutnya menentukan masing-masing variabel akan masuk ke dalam

faktor. Pada tabel diatas menunjukkan seberapa besar sebuah variabel berkorelasi dengan faktor yang akan dibentuk diketahui bahwa:

- 1) Variabel X1 berkorelasi sebesar 0,708 dengan faktor 1, -0,080 dengan faktor 2 dan 0,334 dengan faktor 3.
- 2) Variabel X2 berkorelasi sebesar 0,706 dengan faktor 1, 0,297 dengan faktor 2 dan -0,086 dengan faktor 3.
- 3) Variabel X3 berkorelasi sebesar -0,043 dengan faktor 1, -0,451 dengan faktor 2 dan 0,820 dengan faktor 3.
- 4) Variabel X4 berkorelasi sebesar 0,117 dengan faktor 1, 0,512 dengan faktor 2 dan 0,349 dengan faktor 3.

Tabel 4.17 Rotated Component Matrix^a

	Component		
	1	2	3
X1	.725	-.068	.298
X2	.726	.064	-.250
X3	.000	-.003	.937
X4	.287	.779	-.092
Y	-.361	.711	.085

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Rotation converged in 5 iterations.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Penentuan variabel masuk faktor mana ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar. Pada tabel diatas telah diurutkan dari nilai yang terbesar ke yang terkecil per faktor.

Maka dapat disimpulkan :

Faktor 1 : X1, X2, dan X4

Faktor 2 : X4 dan Y

Faktor 3 : X1 dan X3

Tabel 4.18 Component Transformation Matrix

Component	1	2	3
1	.975	-.215	-.047
2	.167	.862	-.479
3	.143	.459	.877

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Tabel di atas menunjukkan bahwa pada component 1 nilai korelasi 0,975 > 0,5, component 2: 0,862 > 0,5 dan component 3: 0,877 > 0,5. Karena semua component > 0,5 maka ketiga faktor yang terbentuk dapat dikatakan tepat dalam merangkum kelima variabel yang ada.

9. Uji Regresi Logistik

Tabel 4.19 Dependent Variable Encoding

Original Value	Internal Value
Bukan Pengguna	0
Pengguna	1

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Pada tabel diatas adalah kode variabel dependen yaitu kategori “Bukan Pengguna” dengan kode 0 dan “pengguna” dengan kode 1. Dengan keseluruhan sampel yaitu 100 orang.

a. Block 1 Method=Enter

**Tabel 4.20 Hasil Uji Block 1 Method
Iteration History^{a,b,c,d}**

Iteration	-2 Log likelihood	Coefficients				
		Constant	X1	X2	X3	X4
Step 1 1	114.748	3.233	-.249	-.332	.036	.530
2	114.736	3.589	-.265	-.358	.021	.549
3	114.736	3.593	-.265	-.359	.021	.549
4	114.736	3.593	-.265	-.359	.021	.549

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas pada tabel Iteration history Block 1 atau saat variabel independen dimasukkan dalam model: $N=100$. Degree of Freedom (DF) = $N - \text{jumlah variabel independen} - 1 = 100 - 4 - 1 = 95$. Chi-Square (X₂) Tabel Pada DF 95 dan Prob 0.05 = 118,752.

Nilai -2 Log Likelihood (114,736) < X₂ tabel (118,752) menerima H₀, maka menunjukkan bahwa model dengan memasukkan variabel independen adalah FIT dengan data.

Tabel 4.21 Hasil Uji Keseluruhan Parameter

Omnibus Tests of Model Coefficients				
		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	9.893	4	.421
	Block	9.893	4	.421
	Model	9.893	4	.421

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Nilai $X_{9,893} > X_{\text{tabel}}$ pada DF 4 (jumlah variabel independen 4) yaitu 9,488 atau dengan signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga menolak H_0 , yang menunjukkan bahwa penambahan variabel independen dapat memberikan pengaruh nyata terhadap model, atau dengan kata lain model dinyatakan FIT.

Tabel 4.22 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	134.736 ^a	.381	.511
a. Estimation terminated at iteration number 4 because parameter estimates changed by less than ,001.			

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas pada tabel *Model Summary* Untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, digunakan nilai *Cox & Snell R Square* dan *Nagelkerke R Square*. Nilai-nilai tersebut disebut juga dengan *Pseudo R-Square* atau jika pada regresi linear (OLS) lebih dikenal dengan istilah *R-Square*.

Nilai *Nagelkerke R Square* sebesar 0.511 dan *Cox & Snell R Square* 0.381, yang menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 0,511 atau 51,1% dan terdapat $100\% - 51,1\% = 48,9\%$ faktor lain di luar model yang menjelaskan variabel dependen.

Tabel 4.23 Hasil Uji Kesesuaian Model

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6.581	8	.582

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Nilai *Chi Square* tabel untuk DF 1 (Jumlah variabel independen – 1) pada taraf signifikansi 0,05 adalah sebesar 7,815. Karena nilai *Chi Square Hosmer and Lemeshow* hitung 6,581 > *Chi Square table* 3,841 atau nilai signifikansi sebesar 0,582 (> 0,05) sehingga H0 diterima, yang menunjukkan bahwa model dapat diterima dan pengujian hipotesis dapat dilakukan sebab ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya.

Tabel 4.24 Klasifikasi Model

	Observed		Predicted		
			Preferensi		Percentage Correct
			Bukan Pengguna	Pengguna	
Step 1	Preferensi	Bukan Pengguna	28	22	56.0
		Pengguna	18	32	64.0
	Overall Percentage				60.0

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Berdasarkan tabel *Classification Table* di atas, jumlah sampel yang bukan pengguna 28 + 22 = 50 orang. Yang benar-benar bukan pengguna sebanyak 28 orang dan yang seharusnya bukan pengguna namun menjadi pengguna, sebanyak 22 orang. Jumlah sampel yang menjadi pengguna 18+32 = 50 orang. Yang benar-benar seorang pengguna sebanyak 18 orang dan yang

seharusnya pengguna namun tidak lagi menjadi pengguna yaitu sebanyak 32 orang.

Dalam Interpretasi regresi logistik dengan SPSS: Tabel di atas memberikan nilai *overall percentage* sebesar $(28+32)/100 = 60,0\%$ yang berarti ketepatan model penelitian ini adalah sebesar 60,0%.

**Tabel 4.25 Odds Rasio
Variable in the Equation**

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp (B)	95,0% C.I.for EXP (B)	
							Lower	Upper
Step 1 ^a X1	-.265	.240	1.216	1	.000	.767	.479	1.229
X2	-.359	.413	.754	1	.004	.699	.311	1.569
X3	.021	.508	.002	1	.003	1.021	.378	2.762
X4	.549	.412	1.773	1	.001	1.731	.772	3.884
Constant	3.593	4.354	.681	1	.004	36.351		
a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4.								

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Dari hasil output diatas dapat diketahui bahwa:

- 1) Variabel X1 (Pelayanan) memiliki nilai sig 0.000 < alpha 0.05 sehingga menolak H_0 . Artinya Variabel Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prefrensi nasabah menggunakan layanan gadai.
- 2) Variabel X2 (Produk) memiliki nilai sig 0.004 < alpha 0.05 sehingga menolak H_0 . Artinya Variabel Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prefrensi nasabah menggunakan layanan gadai.
- 3) Variabel X3 (Agama) memiliki nilai sig 0.003 < alpha 0.05 sehingga menolak H_0 . Artinya Variabel Agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prefrensi nasabah menggunakan layanan gadai.

- 4) Variabel X4 (Harga) memiliki nilai sig 0.001 < alpha 0.05 sehingga menolak H_0 . Artinya Variabel Agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah menggunakan layanan gadai.

Persamaan Regresi Logistik

$$\text{Model} = \frac{\exp(3.593 + -.265X1 + 1.330 X2 + 0,021 X3 + 0,549x4)}{1 - \exp(3.593 + 265X1 + 1.330 X2 + 0,021X3 + 0,549x4)}$$

Tabel 4.26 Correlation Matrix

		Constant	X1	X2	X3	X4
Step 1	Constant	1.000	-.401	-.537	-.720	-.066
	X1	-.401	1.000	-.136	-.058	-.052
	X2	-.537	-.136	1.000	.124	-.123
	X3	-.720	-.058	.124	1.000	.026
	X4	-.066	-.052	-.123	.026	1.000

Sumber: diolah SPSS Ver 16

- b. Block 0: Beginning Block

Tabel 4.28 Hasil Uji Block 0: Beginning Block

Iteration History^{a,b,c}

Iteration		-2 Log likelihood	Coefficients
			Constant
Step 0	1	138.629	.000

- a. Constant is included in the model.
 b. Initial -2 Log Likelihood: 138,629
 c. Estimation terminated at iteration number 1 because parameter estimates changed by less than ,001.

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas: Tabel Iteration History pada block 0 atau saat variabel independen tidak dimasukkan dalam model: $N=100$ mendapatkan Nilai -2 Log Likelihood: 138,629. Degree of Freedom (DF) = $N - 1 = 100-1=99$. Chi-Square (X^2) Tabel Pada DF 99 dan Probabilitas 0.05 = 123,225. Nilai -2 Log Likelihood (138,629) > X^2 tabel (123,225) sehingga menolak H_0 , maka menunjukkan bahwa model sebelum memasukkan variabel independen adalah Tidak FIT dengan data.

Tabel 4.28 Klasifikasi Model

Classification Table ^{a,b}					
	Observed		Predicted		
			Preferensi		Percentage Correct
	Bukan Pengguna	Pengguna			
Step 0	Preferensi	Bukan Pengguna	0	50	.0
		Pengguna	0	50	100.0
	Overall Percentage				50.0

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas pada tabel Classification Table: Merupakan tabel kontingensi 2 x 2 yang seharusnya terjadi atau disebut juga frekuensi harapan berdasarkan data empiris variabel dependen, di mana jumlah sampel yang memiliki kategori variabel dependen referensi atau akibat buruk (kode 1) yaitu "Pengguna" sebanyak 50. Sedangkan yang "Bukan Pengguna" sebanyak 50 orang. Jumlah sampel sebanyak 100 orang. Sehingga nilai overall percentage sebelum variabel independen dimasukkan ke dalam model sebesar: $50/100 = 50,0\%$.

Tabel 4.29 Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 0 Constant	.000	.200	.000	1	1.000	1.000

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas pada tabel *Variables in The Equation*: Saat sebelum var independen di masukkan ke dalam model, maka belum ada variabel independen di dalam model. Nilai Slope atau Koefisien Beta (B) dari Konstanta adalah sebesar 0,000 dengan Odds Ratio atau Exp(B) sebesar 1,000. Nilai Signifikansi atau p value dari uji Wald sebesar 0,000. Perlu diingat bahwa nilai B identik dengan koefisien beta pada *Ordinary Least Square (OLS)* atau regresi linear. Sedangkan Uji Wald identik dengan t parsial pada OLS. Sedangkan Exp (B) adalah nilai eksponen dari B, maka $\text{Exp}(0,000) = 1,000$.

Tabel 4.30 Variables not in the Equation

	Score	df	Sig.
Step 0 Variables X1	1.509	1	.219
X2	.913	1	.339
X3	.000	1	1.000
X4	1.440	1	.230
Overall Statistics	3.790	4	.435

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Di atas pada tabel *Variables not in the Equation*: Menunjukkan variabel yang belum dimasukkan ke dalam model regresi, yaitu variabel X1, X2, X3, dan X4 Di mana X1 adalah variabel pelayanan, X2 adalah variabel produk, X3 adalah variabel agama, dan X4 adalah variabel harga.

2) Uji T

Model	Sig.
(Constant)	.001
X1	.002
X2	.004
X3	.003
X4	.004

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Tabel 4.31 Hasil Uji T

Dasar pengambilan keputusan dari uji t yaitu, jika nilai sig kurang dari 0,05, maka hipotesis diterima. Nilai Sig dari keempat variabel kurang dari 0,05 maka seluruh hipotesis diterima.

a) Variabel X1 (faktor Pelayanan)

Variabel X1 (Faktor Pelayanan) dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Pelayanan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah

b) Variabel X2 (Faktor Produk) dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Produk berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah

c) Variabel X3 (Faktor Agama) dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Agama berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah.

- d) Variabel X4 (Faktor Harga) dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Harga berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah.

3) Uji F

**Tabel 4.32 Hasil Uji F
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.947	4	.237	.936	.047 ^a
	Residual	24.053	95	.253		
	Total	25.000	99			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: diolah SPSS Ver 16

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Jika nilai Sig kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima. Nilai sig dari hasil uji f yaitu sebesar 0,047. Pada tabel tersebut disimpulkan bahwa secara simultan variabel Faktor Pelayanan, Faktor Produk, Faktor Agama dan Faktor Harga berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah.

B. Pembahasan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan judul “**Faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni**” secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI)

KCP Tomoni dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket atau kuisisioner yang peneliti sebariskan melalui aplikasi SPSS versi 16. Di dalam kuisisioner itu sendiri terdiri dari beberapa pernyataan yang mengacu pada penelitian dimana pernyataan dan pertanyaan keseluruhan berjumlah 24, dimana setiap pernyataan menggunakan alternatif jawaban, diantaranya adalah Ya (dengan nilai 1) dan Tidak (dengan nilai 0). Adapun jumlah sampel pada penelitian ini adalah berjumlah 100 reponden yang dimana akan di uji dengan menggunakan aplikasi SPSS dengan Statistic Versi 16. Adapun tahapan yang dilakukan dalam pengujian data pada penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Realibilitas, Uji Analisis Faktor KMO dan Bartlet, koefisien determinasi (R²), Uji Normalitas, serta untuk Uji Regresi Logistik, menggunakan Block 1: Method = enter dan Block 0= Beginning Block UJI F, dan Uji T.

1. Pengaruh faktor Pelayanan pada nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Pelayanan merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Pelayanan yang baik dan responsive akan menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat Preferensi nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi yang sangat kecil, yaitu $0,002 < 0,05$, Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

variabel pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas di bank tersebut.

Sejalan dengan penelitian Rayhanil Jannah menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli.⁵² Dalam penelitian Minta Sari juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan menggunakan produk pembiayaan gadai emas.⁵³

2. Pengaruh faktor Produk pada pada nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Semakin baik kualitas produk pada gadai emas maka akan semakin tinggi Tingkat preferensi nasabah untuk menggunakan layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan gadai emas ini. Jadi dapat disimpulkan pengaruh produk terhadap preferensi nasabah di BSI KCP Tomoni berdasarkan Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi yang sangat kecil, yaitu $0,004 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

⁵² Rayhanil Jannah, Skripsi: "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli)," (Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022).

⁵³ Minta Sari, Skripsi: "Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan", (Padangsadambuan, 2021).

Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rayhanil Jannah menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli.⁵⁴

3. Pengaruh faktor Agama pada nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Faktor agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni karena tingkat religiusitas individu berperan penting dalam memengaruhi preferensi nasabah. Preferensi nasabah seringkali dipengaruhi oleh keyakinan mereka bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan ajaran agama mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Tingkat religiusitas individu dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi preferensi nasabah. Hal ini didukung oleh Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi yang sangat kecil, yaitu $0,003 < 0,05$, Oleh karena itu, secara parsial, variabel faktor agama berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muliani Putri yang menyatakan bahwa faktor *religious* diartikan sebagai tahap hidup seseorang muslim dalam memperoleh harta yang halal, serta dorongan

⁵⁴ Rayhanil Jannah, Skripsi: “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli),” (Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022).

untuk memilih keputusan yang benar dalam hal berbisnis atau bermuamalah yang dalam hal ini adalah menggadai emas. Bermuamalah yang sesuai syariah untuk mendapatkan ketenangan pribadinya baik lahiriyah atau batiniah. Faktor ini merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah gadai emas di Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang.⁵⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Rayhanil Jannah juga menyatakan bahwa faktor Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli.⁵⁶

4. Pengaruh faktor Harga pada pada nasabah menggunakan layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Harga merupakan salah satu faktor krusial yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia (BSI). Faktor harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia (BSI). BSI yang mampu memenuhi ekspektasi nasabah dalam hal harga akan lebih disukai dan mendapatkan kepercayaan yang lebih besar dari nasabah. Dengan demikian, pengelolaan faktor harga yang efektif dapat menjadi kunci keberhasilan BSI dalam menarik dan mempertahankan nasabah. Jadi dapat disimpulkan pengaruh harga terhadap preferensi nasabah di BSI KCP Tomoni Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi yang sangat

⁵⁵ Muliani Putri, "Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang)," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022):1206.

⁵⁶ Rayhanil Jannah, Skripsi: "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli)," (Banda Aceh, UIN Ar-Raniry, 2022).

kecil, yaitu $0,004 < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor harga berpengaruh terhadap preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan oleh Samsul Arifin, Muhammad Salman Al Farisi dan Ermi Herawati, dimana hasil penelitiannya yaitu Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat/nasabah dalam memilih pegadaian syariah.⁵⁷ Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Andi Kurnianto dimana hasil penelitiannya ada pengaruh harga terhadap preferensi belanja online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Hal ini memberikan gambaran bahwa semakin tinggi kesesuaian harga yang ditawarkan maka akan semakin meningkat pula preferensi mahasiswa dalam belanja online.⁵⁸

⁵⁷ Samsul Arifin, Muhammad salman Alfarisi, “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah.”

⁵⁸ Andi Kurnianto, Skripsi: “Pengaruh Harga, Produk Dan Kenyamanan Terhadap Preferensi Dalam Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang,” (Semarang, *Universitas Negeri Semarang*, 2020), 15–16.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Menggunakan Layanan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dapat disimpulkan bahwasanya, Faktor-faktor yang cara simultan dan atau bersama-sama dipengaruhi secara signifikan. Signifikansi terhadap faktor pelayanan yakni X1, faktor produk yakni X2, faktor agama yakni X3, faktor harga yakni X4 terhadap preferensi nasabah (Y) telah menandakan bahwa terdapat pengaruh pada masing-masing faktor yakni faktor pelayanan, faktor produk, faktor agama, dan faktor harga terhadap preferensi nasabah secara signifikan pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disusun, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan kepada pihak-pihak yang terkait

1. Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan terus berinovasi dalam produk gadai emas yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan menekankan nilai-nilai syariah dalam operasional dan menyediakan produk yang transparan serta promosi khusus, bank dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan nasabah terhadap layanan gadai emas.

2. Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan guna mendalami faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi preferensi nasabah menggunakan layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Penelitian lebih lanjut dapat membantu bank dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan pelayanan kepada nasabah.

Dengan mengimplementasikan saran-saran tersebut, diharapkan Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dapat meningkatkan daya saingnya dalam menyediakan layanan gadai emas yang berkualitas dan sesuai dengan harapan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta, 2015.
- Alwi, Muhammad. "Praktek Gadai Sawah Pada Masyarakat Kecamatan Luyo Kabupaten Polewali Mandar Perspektif Etika Bisnis Islam." *J-ALIF Jurnal Penelitian Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam* 1, no. 1 (2016): 18.
- Amruddin, Roni Priyanda, Tri Siwi Agustina, Nyoman Sri Ariantini, Ni Gusti Ayu Lia Rusmayani, Dwi Astarani Aslindar, Kori Puspita Ningsih, Siska Wulandari, Panji Putranto, Ira Yuniati, Ida Untari, Sari Mujiani, Dipo Wicaksono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo, 2022.
- Arif, Mohammad Sony Zakiyuddin. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian." *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8, no. 2 (2020): 472–423. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>.
- Arisman, Fernando Jhody. "Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh," no. 8.5.2017 (2022): 25. www.aging-us.com.
- Bagas Junindra Putra. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Banyumanik*. *Journal of Engineering Research*. Semarang, 2023.
- Bergita Sitti Mangko, Muhammad Yusuf Saleh Seri Suriani. *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*. Makassar, 2021.
- Dandi Gunawan, Atika. "Implementasi Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi." *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 3, no. 2 (2023): 903. <file:///C:/Users/ACER/Downloads/4037-10885-1-PB.pdf>.
- Devi, Fuad Mas'ud danHelsa Annisa. "Preferensi Nasaba Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Tengah)." *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 18, no. 1 (2021): 31. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i1.38586>.
- Ghozali, Imam. *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS. E-Book*. Vol. 1, 2018.
- Harlan, Johan. *Analisis Regresi Logistik*. Depok: Gunadarma, 2018.
- Indra, Fadhila Audi Ubay dan Ahmad Perdana. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Hasanah Card Sebagai Kartu Kredit Study Kasus BSI KCP Krakatau Produk Yang Dijual Atau Ditawarkan Oleh Bank". *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 3.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo

- Press, 2019.
- Jannah, Rayhanil. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli),” 2022.
- Julina. *Perilaku Religiusitas Konsumen Berdasarkan Perspektif Islam: Perbandingan. Repository.Uin-Suska.Ac.Id.* Jawa Timur: Soega Publishing, 2019.
- K, Amiruddin. *Gadai Syariah Kontemporer.* Samata, Gowa: Alauddin University Press, 2020.
- Kementerian Agama RI, Al-quran dan Terjemahnya, (Bandung: Jumanatul Ali Art.” 2016.
- Kurnianto, Andi. “Pengaruh Harga, Produk Dan Kenyamanan Terhadap Preferensi Dalam Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.” *Universitas Negeri Semarang*, 2020, 15–16. <http://lib.unnes.ac.id/41782/1/7101416289.pdf>.
- Lingga, Ahmad Firdaus. “Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI).” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* “Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)” 2 (2022): 3365–66.
- M.S. Al Farisi. “Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan (JMBK)* 1, no. 02 (2020): 60–75.
- Meidindah Munawaroh, Dkk. *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia.* yogyakarta, 2019. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/1778/1/Regulasi dan Implementasi Pegadaian_Jefry%2C dkk.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/1778/1/Regulasi%20dan%20Implementasi%20Pegadaian_Jefry%20dkk.pdf).
- Minta Sari. “Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan,,” 2021.
- Muhammad, Sidiq Abdul Aziz. “Pengaruh Persepsi Staf Dan Badan Pengurus Harian Yayasan Gemilang Indonesia Terhadap Minat Penggunaan M-Banking PT Bank Syariah Indonesia.” *Thesis. Jakarta: Universitas Muhammadiyah*, 2022.
- Purnama, Agung. “Agung Purnama.” *Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah Pada PT Pegadaian (PERSERO) Caban Curup*, 2023.
- Purwanto. *Analisis Faktor: Konsep, Prosedur Uji Dan Interpretasi.* Surakarta: STAIN Surakarta, 2004.
- Putri, Muliani. “Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang).” *Jurnal Ilmu*

- Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 1205.
- Rifa'i, Khamdan. "Membangun Loyalitas Pelanggan." *Zifatama Publisher*, 2019, 26–27.
- Rinaldi, Norman Ahmad. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemahaman Mahasiswa Terhadap Produk Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Malang)." *Jurnal Ilmiah*, 2021, 4.
- Riska. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu," 2022.
- Rukmanda, Meirani Rahayu. "Konsep Rahn Dan Implementasinya Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 2–3.
- Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Medan: KBM Indonesia, 2022.
- Samsul Arifin, Muhammad salman Alfarisi, Ermi Herawati. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah." *Jurnal Neraca Peradaban* 2, no. 1 (2022): 2. <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i1.86>.
- Sidik Priadana, Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.
- Syari, Melinia. "Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Kedotan)," 2022, 20.
- Syarifuddin, . Ibnu Al Saudi. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya, 2022.
- Wawan, Rilla Pariska. "Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Padabank Syariah Indonesia Kcp Tomoni Luwu Timur," 2022.
- Winasis, Caroline Lystia Rut, Halimah Sandra Widiанти, and Baruna Hadibrata. "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3, no. 4 (2022): 394.

