

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH
PADA PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG CURUP
SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



OLEH:

**AGUNG PURNAMA
NIM: 16631003**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
TAHUN 2023**

Hal: Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Rektor IAIN Curup

di -

Curup

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat skripsi saudara **Agung Purnama** yang berjudul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN SYARIAH PADA PT PEGADAIAN (PERSERO) CABANG CURUP** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan,terimah kasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Curup, 09 Desember 2022

Pembimbing I



Hendrianto M.a
NIDN. 202168701

Pembimbing II



Khairul Umam Khudori M.E.I
NIP.199007252018011001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI


Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agung Purnama
Nomor Induk Mahasiswa : 16631003
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada Pt Pegadaaian (Persero) cabang Curup**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar keSarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan seperlunya.

Curup, Desember 2022
Peneliti

Agung Purnama
NIM.16631003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan Dr. AK Gani No. 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: Fakultassyariah&ekonomi.islam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: ¹⁰⁵ /In.34/FS/PP.009/04/2023

Nama : Agung Purnama
NIM : 16631003
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup

Telah di munaqasahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/ Tanggal : Selasa, 21 Februari 2023
Pukul : 08:00 – 09:45 WIB
Tempat : Ruang II Gedung BMT IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Lendrayati, M.A
NIDN. 2007037703

Sekretaris,

Ridhokimura Soderi, M.H
NIP. 19930720 202012 1 002

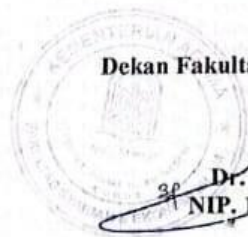
Penguji I

Rahman Arifin, M.E
NIP.19881221 201903 1 009

Penguji II

Mega Ilhamiyati, M.A
NIP. 19861024 201903 2 007

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**



Dr. Yusefri, M.Ag
NIP. 19700202 199803 1 007

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan memanjatkan rasa syukur Alhamdulillah Kepada Allah SWT, atas segala limpahan rahmat hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya tulis ini, dan tak lupa pula peneliti kirimkan sholawat beserta salam kepada penjuang islam yakni Nabi besar Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya karena berkat beliauah kita bisa berada dizaman ilmu pengetahuan dan tekhnologi yang berkembang pesat pada hari ini.

Adapun skripsi ini berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka tidaklah mungkin peneliti dapat menyelsaikan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangsi menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I.
2. Orang tuaku tercinta bapakku Gusti Zuma dan Ibuku Ida Royani yang selalu memohonkan do'a dalam menggapai cita-cita.

3. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Dr. Yusefri, M.Ag
4. Penasehat Akademik yang selalu bersedia memberi nasehatnya khususnya dalam proses akademik peneliti Busra Febriani M.Ag
5. Pembimbing 1, yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terimakasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini Hendrianto M.A
6. Ketua Program Studi Perbankan, yang juga selaku pembimbing II, yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terimakasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini Khairul Umam Khudhori, M.E.I
7. Ketua perpustakaan IAIN Curup beserta staf, terimakasih atas kemudahan, arahan, dan bantuan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penelitian skripsi ini Jurianto, S.Pd.I., M.Hum
8. Pimpinan PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dan seluruh Karyawan, yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini Babara Susyanto, S.Pd.I
9. Sebagian nasabah dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner dan telah berpartisipasi selama peneliti melaksanakan penelitian.
10. Dosen Prodi Perbankan Syariah dan karyawan IAIN Curup yang telah membantu masa perkuliahan peneliti.


11. Sahabat seperjuangan ku (Roemah Boejang), Kelas PS A angkatan 2016 serta tim Futsal Mudharabah/Regalaxy yang telah memberikan motivasi serta dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Semogah Allah SWT memberikan balasan dan menjadi amal yang baik disisinya, akhirnya. Peneliti sebagai insan biasa masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan dalam penelitian Skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran dari pembaca sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin

Wassalamualaikum Wr Wb

Curup, 03 Desember 2022

Peneliti


Agung Putnama

NIM. 16631003

MOTTO

“Ku cintai emakku, emakku, emakku, bapakku, karena ada 25 tahun umurku karena mereka dan begitu hingga masing-masing kami tiada karena aku laki-laki”

“Aku Sebenarnya Benar-Benar Bahagia Dari Pada Yang Orang-Orang Pikirkan Tentang Diriku ”

“Aku Suka Ini Jadi Jangan Benci Aku Karna Kau Tak Suka Itu, Jadi Tunggu Saja Hasilnya Tanpa engkau Tahu Dan eangkau Ikut Prosesku”

“Aku Akan Sulit Memiliki Hak Mengekspresikan Pertanyaan Sampai Aku Tahu Semua Jawabannya”

PERSEMBAHAN



Syukur Alhamdulillah ku ucapkan kepada Allah SWT atas kasih sayang dan karunia-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu sehingga skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini ku persembahkan untuk Bapakku dan Emakku (Gusti Zuma dan Ida Royani) yang telah membesarkan dan mengasuh ananda sampai dewasa serta ucapan terimakasih yang tiada terhingga buat keduanya yang mana telah memberikan kesempatan kepada ananda untuk menuntut ilmu.

Inilah sebagian dari kebahagiaan yang bisa ananda berikan, Keluarga Besar Zainubi, Pamanku Panutanku Babara Susyanto beserta keluarga, Saudara-saudaraku tersayang Mezi Melyanti, Oktavio Aditiya, Sahru Ramadhan, Meliza Puspita sari, Putri Alda Napio, Nanda Siputri, yang telah banyak membantu Do'a dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, semoga apa yang kalian semua cita-citakan tercapai.

Almamaterku

ABSTRAK

Agung Purnama (16631003) : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada Pt Pegadaian (Persero) Cabang Curup

Berdasarkan Peraturan Direksi Pt Pegadaian (Persero) Nomor 256/MR.2.00/2012 di mana fungsi Pt Pegadaian (Persero) adalah menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan, dengan tujuan ikut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan mencegah timbulnya praktik ijon, riba, dan pinjaman tak wajar lainnya, oleh karena itu Pt Pegadaian (Persero) pula mengeluarkan produk syariah.

Untuk itu penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis apakah faktor sosial, faktor budaya, dan faktor promosi memiliki pengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt. Pegadaian (Persero) cabang Curup. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan analisis dan pengolahan data diatas maka hasil yang didapatkan diantaranya variabel sosial berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah, variabel budaya tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah, variabel promosi berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah, dan secara simultan variabel sosial, budaya, promosi mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah.

Kata kunci: *faktor-faktor, produk pembiayaan syariah, nasabah, preferensi memilih*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Hipotesis Penelitian	8
E. Tujuan.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
G. Kajian literatur.....	11
H. Definisi Operasional.....	17
I. Metode Penelitian	18

BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Tori Perilaku konsumen.....	33
1. Faktor Sosial	34
2. Faktor Budaya.....	35
3. Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis.....	36
B. Preferensi	40
C. PT Pegadaian (Persero)	42

	D. Kerangka Pemikiran	61
BAB III	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
	A. Aspek Demografi Objek Penelitian.....	64
	B. Struktur PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup	66
	C. Produk PT Pegadaian (Pesero) Cabang Curup	71
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
	A. Karakteristik Responden.....	82
	B. Preferensi Nasabah Memilih Produk pembiayaan syariah	85
	C. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen	106
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	127
	B. Saran	128
 DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Populasi nasabah PT Pegadaian (persero) cabang Curup.....	21
Tabel 3.1	Pegawai PT Pegadaian (persero) cabang Curup	68
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan status pernikahan.....	83
Tabel 4.4	Profil responden berdasarkan Latar Pendidikan Terakhir.....	84
Tabel 4.5	Distribusi Indikator Preferensi Nasabah	85
Tabel 4.6	Kriteria Jawaban Indikator.....	88
Tabel 4.7	Gambaran Indiakator.....	88
Tabel 4.8	Presentase Indikator	90
Tabel 4.9	Distribusi Indikator Sosial	91
Tabel 4.10	Kriteria Jawaban Indikator	93
Tabel 4.11	Gambaran Indiakator.....	93
Tabel 4.12	Presentase Indikator	95
Tabel 4.13	Distribusi Indikator Budaya	96
Tabel 4.14	Kriteria Jawaban Indikator.....	98
Tabel 4.15	Gambaran Indiakator.....	98
Tabel 4.16	Presentase Indikator	100
Tabel 4.17	Distribusi Indikator Promosi	101
Tabel 4.18	Kriteria Jawaban Indikator.....	103
Tabel 4.19	Gambaran Indiakator.....	103
Tabel 4.20	Presentase Indikator	105
Tabel 4.21	Hasil Uji Reabilitas VARIabel X dan Y.....	107
Tabel 4.22	Uji Normalitas <i>Kolmogorv-Smirnov-One Sample Ks</i>	108
Tabel 4.23	Uji Multikolinearitas Variabel Penelitian	111
Tabel 4.24	Uji Heteroskadasitas (<i>glejser</i>)	113
Tabel 4.25	Uji Regresi Linear Berganda.....	114
Tabel 4.26	Uji t (Parsial).....	117

Tabel 4.27	Uji f (simultan)	119
Tabel 4.28	Uji Koefesien Determinasi (R^2)	121

DAFTAR BAGAN dan GAMBAR

Bagan 2.1	Kerangka Pemikiran.....	63
Bagan 3.2	Struktur Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup.....	67
Gambar 4.1	Gambar Uji Normalitas <i>charts</i> Histogram	109
Gambar 4.2	Gambar Uji Normalitas <i>charts</i> PP-Plot.....	110

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan agama yang dirahmati oleh Allah *subhanahu wata'ala* karena agama Islam adalah agama yang menjadi rahmat bagi alam semesta. Oleh karena sifat dan ajaran agama Islam adalah komprehensif dan universal semua aspek kehidupan umat manusia tidak luput dari ajaran Islam termasuk disini, hubungan manusia dengan manusia salah satunya mengenai transaksi ekonomi serta kegiatan ekonomi sudah seharusnya didasari oleh hukum, dan hukum yang dimaksud tentunya Hukum Ekonomi Islam.¹

Syariat Islam juga mengajarkan untuk saling tolong-menolong dan mempelajari hal-hal tentang ekonomi yang sesuai dengan sifat dan ajaran agama Islam. Saat ini telah banyak beredar pembiayaan syariah dan konvensional baik itu dari Lembaga Keuangan Bank dan Lembaga Keuangan bukan Bank yang telah banyak digunakan oleh masyarakat yang dari beberapa mereka tidak terlalu mengetahui dan memahami baik dan benarnya produk yang digunakan sesuai dengan Hukum Ekonomi Islam, Islam memberikan panduan yang dinamis terhadap semua aspek kehidupan termasuk aspek bisnis dan transaksi keuangan.

Lembaga Keuangan Bank merupakan suatu lembaga yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat lalu menyalurkan kembali dana tersebut kembali ke masyarakat diiringi dengan memberikan jasa-jasa yang terdapat pada lembaga keuangan itu sendiri baik dalam bentuk pembiayaan dan lain-lain.

¹Burhanuddin Susanto, *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Pres, 2008),2

Lembaga Keuangan bukan Bank umumnya memiliki kegiatan usaha yang dilakukan dengan memberikan jasa perkreditan beberapa contohnya, pegadaian, asuransi, dana pensiun, reksa dana, bursa efek, dan lain-lain.²

Saat ini lembaga keuangan memiliki peranan yang sangat penting dalam kegiatan lalu lintas pembayaran dan pengalihan dana dalam roda perekonomian serta juga berperan sebagai lembaga mediasi yang menghubungkan antar unit surplus serta unit defisit.³ Lembaga keuangan pada masing-masing jenisnya mengeluarkan berbagai macam jenis produk yang diciptakan dengan tujuan untuk membantu serta memudahkan masyarakat yang disesuaikan dengan perkembangan zaman serta aturan hukum yang ada dan pastinya banyak dari masyarakat ataupun nasabah dari sebuah lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan bukan bank yang jelas berdiri dengan hukum dan aturan konvensional memiliki loyalitas tinggi akan suatu produk yang di keluarkan oleh sebuah lembaga keuangan bank maupun bukan bank tersebut khususnya pembiayaan syariah yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan bank maupun bukan bank.

Berdasarkan Peraturan Direksi Pt Pegadaian (Persero) Nomor 256/MR.2.00/2012 di mana fungsi Pt Pegadaian (Persero) adalah menyalurkan pembiayaan dalam bentuk pemberian uang pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan, dengan tujuan ikut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan mencegah

² Warkum Sumitro, *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 67

³ Nur Lailah, Dkk., *Lembaga Keuangan Islam Non Bank*, (Sidoarjo: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 8

timbulnya praktik ijon, riba, dan pinjaman tak wajar lainnya, oleh karena itu Pt Pegadaian (Persero) pula mengeluarkan produk syariah.⁴

Gadai memiliki nilai sosial yang cukup tinggi bahkan dilakukan secara sukarela atas dasar tolong menolong.⁵ Pada hukum dasar pegadaian melakukan kegiatan usahanya yaitu hukum gadai atau gadai maka landasan hukum Islam yang mengacu pada surah Albaqarah ayat 283 menyebutkan bahwa:⁶

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا
 كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ
 بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ
 أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
 تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا
 فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا
 تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya:

“Jika kamu dalam perjalanan dan “bermuamalah” tidak secara tunai sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanat (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah tuhananya; dan janganlah kamu (para saksi)

⁴Nur Lailah, Dkk., *Lembaga Keuangan Islam Non Bank*, (Sidoarjo: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 39

⁵ Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), 2

⁶ Alquran *Terjemahan ArRahim Surat Albaqarah ayat 283*, (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2014), 49

menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah seseorang yang berdosa hatinya: an allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Menurut ayat yang tertera tersebut dapat dipahami bahwa Alquran memperbolehkan adanya hukum akad gadai dengan pengecualian adanya unsur riba yang terkandung. Ayat tersebut menyebutkan “barang tanggungan yang dapat dijadikan pegangan (oleh orang yang berpiutang)” dalam dunia keuangan tanggungan lebih dikenal dengan jaminan atau dalam pegadaian disebut dengan objek gadai, Ibnu Katsir berpendapat bahwa ayat tersebut memberi petunjuk maksudnya seorang boleh memegang jaminan sebagai catatan jaminan tersebut dipegang oleh pemilik hak, transaksi gadai masih belum terjadi apabila barang jaminan tersebut belum dipegang oleh pemilik hak seperti yang dikatakan oleh mazhab Syafi’i dan jumbuh ulama⁷.

Kegiatan usaha yang diberikan oleh PT Pegadaian (persero) sebagai kreditur kepada nasabah sebagai gadai diikat dengan akad yang sah sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, akad secara etimologi berarti ikatan antara dua perkara⁸. Menurut kitab peraturan perundang-undangan pasal 1150 gadai adalah suatu hak yang diterima oleh seseorang atas suatu harta yang bergerak⁹.

Dari hal tersebut pegadaian (persero) Cabang Curup telah memiliki dua macam produk pembiayaan syariah (amanah, arum haji) yang dipromosikan kepada

⁷Isma’il ibn Katsir al-Qurasyi al-Dimasyqi, *Tafsir al-Qur’an al-Azim, jus 3, terj. Bahrum Abu Bakar*, (Bandung: Sinar baru algensindo, 2003), 205

⁸Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 80

⁹Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), 40

masyarakat sehingga dapat membantu masyarakat karena disesuaikan dengan hukum Ekonomi Islam.¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara awal atau observasi awal yang dilakukan peneliti kepada kepala cabang PT Pegadaian (persero) cabang Curup bapak Yasrizal, mengatakan:

“Selama adanya pembiayaan syariah pada PT Pegadaian, khususnya tiga produk pegadaian (persero) cabang Curup banyak kendala yang dialami saat dalam proses promosi serta sampai mendapatkan sikap loyalitas dari nasabah itu sendiri banyak juga proses dari penyesuaian demi penyesuaian yang dilakukan oleh kami, mulai dari keramahtamahan pelayanan kami baik dalam bentuk penjelasan tentang pembiayaan syariah pada pegadaian itu sendiri ataupun dari sosialisasi ke beberapa elemen masyarakat, sejauh ini yang kami ketahui banyak dari masyarakat sendiri telah mengetahui serta loyal terhadap pembiayaan syariah pada pegadaian (persero) cabang Curup. Namun, hingga saat ini pihak dari kami belum merasa pasti penyebab kenapa serta apa yang membuat banyak dari masyarakat menggunakan produk itu karena belum menanyakan secara langsung kepada masyarakat”.

Secara teoritis dalam pengertian teori perilaku konsumen penentuan pilihan terhadap suatu barang atau jasa hingga mencapai tahap pembelian (penggunaan), pada saat itu konsumen akan melakukan kegiatan seperti, melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian terhadap suatu produk dan jasa (*product and service*) yang ditawarkan oleh suatu badan atau institusi pemberi pembiayaan, masyarakat pasti meninjau dan memperhitungkan beberapa faktor-faktor guna mendapatkan keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan syariah pada Pt. Pegadaian

¹⁰ yasrizal (Pinca), *Wawancara, PT. Pegadaian (Persero) Ccccabang Curup, 22 Oktober 2020.*

(Persero), diantara faktor-faktor yang memberi pengaruh penyebab masyarakat memprioritaskan penggunaan produk dan jasa ialah salah satunya faktor sosial.¹¹

Dewasa ini kian maraknya lembaga keuangan yang memiliki produk pembiayaan syariah dengan hukum gadai *rahn*, karenanya daya saing meningkat antara satu lembaga dengan lembaga lainnya, semakin banyak lembaga keuangan mengeluarkan produk pembiayaan syariah maka semakin banyak referensi dari masyarakat atau calon nasabah dalam menentukan pilihannya ke produk pembiayaan suatu lembaga keuangan, sebab itu dari masing-masing lembaga keuangan seharusnya memiliki strategi yang baik dalam mengeluarkan produk dengan memperhatikan budaya masyarakat dan penciptaan strategi yang baik dalam mempromosikan produk ataupun jasa.

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 ke pada produk pembiayaan syariah yang ada pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup.

Dengan adanya latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dengan memberi judul penelitian berjudul **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.**

¹¹ Manang firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2018), 2

B. Rumusan Masalah

1. Apakah faktor sosial, faktor budaya, dan faktor promosi mempengaruhi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT pegadaian (persero) cabang Curup secara parsial (sendiri)?
2. Apakah faktor sosial, faktor budaya, dan faktor promosi, mempengaruhi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT pegadaian (persero) cabang Curup secara simultan (bersama)?

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah dan mengakibatkan tidak tepatnya sasaran dengan yang diharapkan, maka peneliti perlu membatasi permasalahan yang akan diteliti yaitu:

Pada lokasi penelitian memiliki empat bentuk produk pembiayaan yaitu arrum haji, amanah, gadai syariah, dan kur syariah, dengan keterbatasan serta kemampuan yang peneliti miliki maka peneliti hanya akan meneliti dua produk pembiayaan pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup yaitu produk pembiayaan arrum haji dan Produk pembiayaan amanah.

D. Hipotesis Penelitian

Pendapat Gay dan Sevila dalam Aedy dan Mahmudin hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara tentang sesuatu atau tingkah laku sebab-sebab untuk kejadian tertentu.¹²

Berdasarkan teori perilaku konsumen dimana perilaku konsumen merupakan suatu keluaran proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian,

¹²Mahmudin A. dan Hassan Aedy, *Metodologi Penelitian Dan Aplikasi*(Kendari Dan Deepublish,2017).
102

pada saat itu konsumen akan melakukan kegiatan seperti, melakukan pencaian, penelitian, dan pengevaluasian terhadap suatu produk dan jasa (*product and service*) yang ditawarkan¹³.

Perilaku konsumen merupakan sebuah kegiatan yang memicu pembelian barang dan jasa, perilaku konsumen selain menilai kualitas dari suatu produk juga akan mempertimbangkan harga produk, promosinya tentang tempat atau lokasi dari barang atau jasa tersebut, bahkan ukuran tingkat sosial akan produk tersebut dan juga budaya yang telah melekat dalam perilaku seorang konsumen itu sendiri.

Teori perilaku konsumen dijadikan sebagai teori yang digunakan dalam penelitian ini dikarenakan memang membahas mengapa konsumen memilih, menggunakan suatu produk atau jasa secara loyal dimana terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya adalah faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor psikologis dengan melihat kegiatan promosi dari PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

Jika dilihat dari rumusan penelitian yang di lakukan oleh peneliti, maka penelitian ini memerlukan hipotesis, dengan hipotesis yaitu:

1. Hipotesis I (Parsial)

H₀: faktor sosial tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

H_a: faktor sosial tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

2. Hipotesis II (Parsial)

¹³ Etta mamng sangadji dan shopia. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: C.V Andi Offset,2013.

H_0 : faktor budaya tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

faktor budaya tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk

H_a : pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

3. Hipotesis III (Parsial)

H_0 : faktor promosi tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

H_a : faktor promosi tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

4. Hipotesis IV (Simultan)

H_0 : faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi, tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

H_a : faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi, tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup.

E. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah faktor sosial, budaya, dan faktor promosi mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup secara parsial dan simultan.

F. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diambil, maka manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

Merujuk pada tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui apakah faktor –faktor yang mempengaruhi preferensi memilih produk syariah pada PT Pegadian (Persero) cabang Curup dengan berlandaskan teori perilaku konsumen maka, penelitian ini diharapkan menjadi jawaban dari rumusan masalah peneliti, menjadi tolak ukur pengembangan produk pembiayaan syariah bagi PT Pegadian (Persero) cabang Curup, menjadi sumber acuan bagi nasabah dalam memprioritaskan pilihan akan produk pembiayaan syariah yang ada pada penelitian ini.

b. Secara Praktis

1) Bagi peneliti

Hasil dari penelitian ini semoga dapat menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah dan juga diharapkan semoga dapat menjadi sumber dalam memperoleh informasi, pengetahuan dan pengalaman serta memberikan jawaban atas apa yang diteliti.

2) Bagi PT Pegadaian (persero) Cabang Curup

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan pihak PT Pegadaian (persero) Cabang Curup untuk mengevaluasi hal-hal yang perlu dilakukan pengembangan dari pembiayaan syariah yang dipromosikan ke

pada nasabah khususnya yang nantinya diharapkan dapat membuat masyarakat semakin ingin menggunakan pembiayaan syariah serta semakin loyal terhadap pembiayaan syariah yang terdapat pada pegadaian.

3) Bagi Nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup

Diharapkan dengan adanya penelitian ini nasabah PT Pegadaian (persero) Cabang Curup dapat menjadikan produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) mejadi pilihan utama dalam menggunakan produk syariah.

G. Kajian Literatur

1. Penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

- a) **Vivi Aprianti (20501111062), skripsi, yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial Dan Pribadi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Gadai Emas Pada Pegadaian Syariah Cabang Jambi”, UIN Slthan Thaha Saifudin Jambi, 2020.** dengan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan statistik dengan jenis kuantitatif deskriptif.¹⁴

Hasil pengujian secara parsial (u_{ji}) atau uji signifikan individual kedua variabel faktor sosial dan pribadi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas pada Pegadaian Syariah Cabang Jambi.

¹⁴ Vivi Apriyanti *Pengaruh Faktor Sosial Dan Pribadi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Gadai Emas Pada pegadaian Syariah Cabang Jambi.*

Hasil pengujian secara simultan bahwa faktor sosial dan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas pada Pegadaian Syariah Cabang Jambi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Vivi Apriyanti yang menjadi perbedaan pada penelitian tersebut dengan penelitian peneliti adalah pada jumlah pembiayaan syariah PT Pegadaian (Persero) pada riset yang digunakan oleh Vivi Apriyanti hanya meneliti produk gadai emas sementara peneliti meneliti pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) sebanyak 2 (dua) pembiayaan syariah yaitu, amanah, arum haji.

Serta peneliti menggunakan teori perilaku konsumen untuk menjadi landasan dari penyusunan tujuan adanya penelitian ini.

- b) Ramadhiniyah Wahyuningtias (155020501111062) , Artikel jurnal , dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Nasabah Produk ARRUM BPKB PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah (STUDI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah LANDUNGSARI KOTA MALANG)” , Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang 2019.¹⁵**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Jumlah Nasabah. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Biaya Mu“nah(X1), Kepuasan Konsumen (X2), Pemasaran (X3), Kualitas pelayanan (X4), Pengetahuan Produk (X5), Kesejahteraan (X6) terhadap variabel terikat yaitu

¹⁵ Ramadhiniyah Wahyuningtias *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Nasabah Produk ARRUM BPKB PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah (STUDI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah LANDUNGSARI KOTA MALANG)*

Jumlah Nasabah (Y). Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat disimpulkan bahwa:

Kenaikan ataupun penurunan dari biaya Mu'nah tidak akan mempunyai dampak secara nyata terhadap kenaikan jumlah nasabah, hal ini dikarenakan rendah atau tingginya biaya mu'nah yang dikenakan, nasabah akan tetap memilih produk pembiayaan tersebut. Sejatinya, dengan produk dari lembaga keuangan berbasis syariah nasabah akan merasa lebih aman dari riba ketika mengambil produk pembiayaan pada lembaga keuangan syariah.

Kepuasan konsumen tidak berdampak nyata terhadap jumlah nasabah, hal ini dikarenakan nasabah yang datang ke PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah merupakan nasabah yang membutuhkan bantuan dana cepat untuk UMKM-nya dan minimnya substitusi dari lembaga keuangan syariah non-perbankan yang menawarkan produk pembiayaan yang di proses pencairannya cepat untuk UMKM. Ketika dalam keadaan seperti ini yang terpenting nasabah cepat dalam mendapatkan pembiayaan untuk UMKMnya.

Kenaikan dari aktivitas pemasaran mempunyai dampak yang nyata terhadap kenaikan jumlah nasabah, hal ini dikarenakan aktivitas pemasaran yang dilakukan seoptimal mungkin dengan cara menyediakan produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM dan dilakukan sesuai dengan kenyataannya di lapangan.

Kenaikan dari kualitas pelayanan akan mempunyai dampak yang nyata terhadap jumlah nasabah, hal ini dikarenakan pelayanan yang

diberikan dilakukan dengan sangat informatif, membantu nasabah dari awal proses pengajuan hingga pengembalian, dan memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan nasabah.

Kenaikan dari pengetahuan produk akan mempunyai dampak yang nyata terhadap jumlah nasabah, hal ini disebabkan oleh pengetahuan produk nasabah sama besarnya dengan apa yang telah dijelaskan oleh penyedia jasa.

Kenaikan dari kesejahteraan akan mempunyai dampak yang nyata terhadap jumlah nasabah, hal ini disebabkan oleh nasabah merasa aman dari riba, lebih barokah usahanya, dan menimbulkan falah bagi kehidupannya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti adalah sama-sama meneliti produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) namun berbeda lokasi tempat penelitiannya, pada penelitian Ramadhiniyah Wahyuningtias menggunakan variable bebas sebanyak 6 variabel bebas sementara peneliti hanya menggunakan 3 variabel bebas, peneliti Ramadhiniyah Wahyuningtias menggunakan pendekatan kuantitatif dan peneliti juga menggunakan metode penelitian kuantitatif.

- c) **Samsuddin, Skripsi, dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan kota palopo dalam memilih produk gadai syariah Di PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan” 2020** dengan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan statistik serta pengambilan sampel menggunakan metode sampel jenuh.¹⁶

¹⁶ Rizki Asyhari Lubis, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji* (Di PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan),

Hasil dari penelitian secara parsial variabel X1 promosi dengan taraf signifikan 10 persen diperoleh $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,835 < 1,69092$), hal ini menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Secara parsial variabel X2 budaya dengan taraf signifikan 10 persen diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,309 > 1,69092$), hal ini menunjukkan budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Secara parsial variabel X3 sosial dengan taraf signifikan 10 persen diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,11 > 1,69092$), hal ini menunjukkan sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Secara parsial variabel X4 pribadi dengan taraf signifikan 10 persen diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,491 > 1,69092$), hal ini menunjukkan pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.

Hasil secara simultan dengan taraf signifikan 10 persen menyatakan bahwa antara variabel promosi, budaya, sosial dan pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arrum haji Di PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($13,311 > 2,12$). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh Nilai R^2 (Adjusted R Square)

sebesar 0,571. Menunjukkan bahwa 57,1 persen variabel promosi, budaya, sosial dan pribadi mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk arrum haji pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak sedangkan 42,9 persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Syukron Rzki Asyahari Lubis dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jumlah dari pembiayaan syariah yang dijadikan variabel defendent serta lokasi dari dilakukannya penelitian itu sendiri. Berdasarkan metode penelitian pun berbeda dimana penelitian oleh syukron rizki asyahari menarik sampel dengan teknik sampel jenuh sementara peneliti dengan teknik quota sampling, tingkat kesalahan sebesar 10% sementara peneliti sendiri menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%.

H. Definisi Operasional

1. Sosial

Sosial adalah sebuah keadaan yang meliputi hubungan kekeluargaan, pandangan pekerja, kebebasan berpolitik dan hubungan kemasyarakatan yang juga terjalin oleh sesama makhluk hidup baik dalam keharmonisan, tenggang rasa serta sikap berkehidupan lainnya.¹⁷

¹⁷ Etta mamng sangadji dan shopia. Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: C.V Andi Offset,2013.

2. Budaya

Budaya merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan secara turun trmurun baik yang diajarkan oleh orang terdahulu atau hal baru yang ditemukan dan menjadi suatu hal yang dilakukan secara terus menerus.¹⁸

3. Promosi

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan yang mampu dan ampuh untuk menarik konsumen atau calon pengguna produk yang dipromosikan serta dapat juga mempertahankan nasabah atau konsumen.¹⁹

4. Preferensi

Merupakan sebuah sikap kecenderungan memprioritaskan atau mendahulukan atau mengutamakan sesuatu yang memang dibutuhkan oleh pribadi perorangan dalam pengambilan keputusan yang diambil guna memutuskan sebuah keputusanyang didalamnya terdapat nilai kepuasan tersendiri untuk individu itu sendiri²⁰.

5. Produk Pembiayaan Syariah

Produk pembiayaan syariah merupakan barang atau jasa yang dimiliki dan ditawarkan oleh lembaga keuangan yang berlandaskan dengan hukum dan aturan syariah Islam.

¹⁸ Santoso, "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang."

¹⁹ Imam, Ikhwan, dan Ahmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amnah Ummah."

²⁰ Philip Kotler, 1999. *Marketing Management : An Asian Perpektive* (Jakarta:Prenhallindo), 55

I. Metode penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penelitian lapangan (*field research*), di mana menekankan analisis pada data numerik (angka) yang diolah dengan metode kuantitatif statistika yaitu penyajian data melalui tabel kemudian data yang terkumpul diujidengan statistik. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antara variabel. Variabel tersebut diukur (biasanya dengan instrument penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan proses statistiknya.

Dalam penelitian kuantitatif, penelitian berangkat dari teori menuju data dan berakhir pada penerimaan dan penolakan terhadap teori yang digunakan. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, sehingga teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data dengan menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²¹

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian atau hasil penelitian. Adapun pengertian deskriptif menurut Sugiyono adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah

²¹Sugiyono, Metode penelitian *Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*(Bandung: Alfabeta, 2014),2

terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum²².

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Pegadaian (persero) Cabang Curup yang berlokasi di Jl. Merdeka No. 277, Rejang Lebong, Bengkulu.

2. Sumber Data

Data atau sumber data menurut Suharsimi adalah subjek dari mana data dapat diperoleh, dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua sumber data yaitu:

a. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data²³. Data primer yaitu data pokok yang diperoleh dari lapangan secara langsung. Dalam penelitian ini sumber data primer yakni data yang diperoleh dan dikumpulkan langsung dari informasi nasabah PT Pegadaian (persero) Cabang Curup kabupaten Rejang Lebong melalui kuesioner atau angket.

b. Data Sekunder

Sumber data Sekunder adalah Sumber data yang tidak langsung memberikan kepada mengumpulkan data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Serta berbagai literature lain yang relevan dengan

²² Sugiyono, *Metode penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 6

²³ Wiratmaja Sujarweni, *Methodology penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), 73

pembahasan.²⁴Data sekunder dalam penelitian ini merupakan hasil dari kajian pustaka dari literatur yang relevan dengan penelitian.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.²⁵

Subjek yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari PT Pegadaian (persero) Cabang Curup yang menggunakan produk amanah dan arrum haji.

Tabel 1.1 Jumlah Populasi nasabah PT Pegadaian (persero) cabang Curup

no	Nama produk	Jumlah
1	Amanah	47 Nasabah
2	Arrum Haji	33 Nasabah
	Total	80 Nasabah

Sumber: data nasabah produk pembiayaan syariah pt pegadaian persero cabang curup

Periode Agustus 2022

²⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 75

²⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 143

b. Sampel

Sampel adalah adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya pendapatan masyarakat menengah dan atas, masyarakat yang sudah menikah dan belum menikah, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik *Quota Sampling* yang mana adalah teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki kriteria tertentu sampai jumlah kuota atau jatah yang diinginkan terpenuhi antara lain sebagai berikut:²⁶

- a) Usia 25-50 tahun
- b) Jenis kelamin
- c) Status perkawinan telah berkeluarga/belum berkeluarga
- d) Latar belakang pendidikan

Dari jumlah nasabah pengguna pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup diperoleh populasi sebanyak 80 nasabah. Menurut Suharsimi Arikunto, bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitian merupakan penelitian populasi, jika populasi dalam bentuk besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi yang ada.²⁷

²⁶Sugiyono, *metodologi penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (alfabeta bandung, 2014), 85

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Edisi Revisi V* (Jakarta: Rikena Cipta, 2002), 23.

maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah seluruh jumlah populasi tersebut sebanyak 80 nasabah. Teknik pengumpulan data dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian untuk memperoleh data yang lebih akurat dalam penelitian, maka peneliti menggunakan alat pengumpul data berupa kuesioner atau angket, observasi, dokumentasi, dan kepustakaan sebagai pendukung dari penelitiannya agar lebih jelas tentang alat pengumpulan data yang digunakan peneliti, akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan pengamatan awal pemastian kejadian sebeanr-benarnya dilapangan seacara nyata agar dapat dilakukanya susatu kelanjutan dari penelitian.²⁸

b. Kuesioner atau Angket

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menjabarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu *alternative* jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

Adapun Instrumen daftar pertanyaan dan berupa pertanyaan (berupa isian yang diisi oleh responden), *checklist* (berupa pilihan dengan memberikan tanda pada kolom yang disediakan), dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkat ketentuan). Untuk

²⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 141

kuesioner faktor yang berpengaruh menggunakan alternatif jawaban berupa: Sangat Berpengaruh (SB), Berpengaruh (B), Kurang Berpengaruh (KB), Tidak Berpengaruh (TB), Sangat Tidak Berpengaruh (STB) Untuk kuesioner tingkat pemahaman alternative jawaban berupa, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tipe skala pengukuran yang digunakan adalah pengukuran dengan metode ukur skala “*likert*” yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.²⁹

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data melalui peninggalan tertulis yang berbentuk arsip dan termasuk juga buku tentang pemahaman dan pengetahuan, teori, dalil, atau hukum-hukum yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dokumen yang digunakan dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti.³⁰

d. Kepustakaan

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang berkenaan dengan teori yang sesuai dengan penelitian peneliti yakni informasi yang diperoleh bahan-bahan kepustakaan yang bersangkutan paut dengan masalah

²⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 145

³⁰ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 145

penelitian, seperti buku-buku referensi, internet, jurnal, skripsi, dan tesis, maka harus banyak menggunakan teori dan sumber referensi untuk mengisi ataupun menjalankan program SPSS20, kepustakaan yang peneliti gunakan peneliti peroleh dari buku-buku referensi, internet, jurnal, skripsi, dan tesis.³¹

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif, yakni dalam menganalisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple linear Regression*). Disebut regresi linier sederhana apabila hanya ada satu variabel bebas (*Independent*), dan juga dibantu dengan program komputer yaitu SPSS 20.0 agar kebenarannya semakin kuat dan tepercaya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa tahap dan pendekatan teknik analisis data kuantitatif, yakni:³²

a. mengukur gambaran per indikator

padauji statistik terdapat dua cara yang digunakan dalam mengukur gambaran per indikator, yaitu:

1. Mencari Mean

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M = Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum fx$ = jumlah dari hasil perkalian antara midpoint dari masing-masing interval dengan frekuensi.

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 146

³² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (alfabeta bandung, 2014), 147

N = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti).

2. Mencari Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

SD = Standar Deviasi

$\sum fx$ = Jumlah hasil perkalian antara frekuensi masing-masing interval

N = *Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti)

Berdasarkan perhitungan standar deviasi ini maka dapat disusun kriteria faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu sebagai berikut:

$M + 1.SD$ = Sangat Berpengaruh / Sangat Setuju

$M + 0,5.SD$ = Berpengaruh / Setuju

$M - 0.SD$ = Cukup Berpengaruh / Ragu-ragu

$M - 0,5.SD$ = Tidak Berpengaruh / Tidak Setuju

$M - 1.SD$ = Sangat Tidak Berpengaruh / Sangat Tidak Setuju

b. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Ridwan uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Adapun alat ukur dalam penelitian ini berupa kuesioner. Suatu instrumen yang valid atau

sahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memilikivaliditas rendah. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau tidaknya suatu kuesioner, untuk mengetahui apakah masing-masing variabel dalam penelitian ini telah benar-benar mengukur apa yang ingin di ukur maka digunakanlah SPSS versi 20.0.

Data dikatakan valid apa bila:³³

- a. Apa bila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel maka data tersebut valid dan sebaliknya
- b. Apa bila nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

Rumus yang digunakan :

$$r = \frac{n(\Sigma xy)(\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{[n\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2][n\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2]}}$$

Ket:

r_{xy} =Koefisien Korelasi

Σx =Jumlah Skor Item X

Σy =Jumlah Skor Item Y

N=Jumlah Responden

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ridwan uji Reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan instrument yang digunakan. Uji Reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus *alpha*. Metode mencari Reliabilitas internal

³³ Purwanto, statistika untuk penelitian,(ustaka pelajar, 2011), 151

yaitu menganalisis alat ukur dari satu kali pengukuran dan dibantu dengan *SPSS 20.0*. Generalisasi dari signifikansi hubungan secara parsial dan simultan variabel X terhadap variabel Y. Uji Reliabilitas digunakan untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak.

Data dapat dinyatakan reliabel apa bila:³⁴

- a. Apa bila nilai dari *cronbach's alpha* (r hitung) lebih besar dari r tabel ($\alpha > r \text{ tabel}$) maka dinyatakan reliabel.
- b. Apa bila nilai dari *cronbach's alpha* (r hitung) lebih kecil dari r tabel ($\alpha < r \text{ tabel}$) maka dinyatakan tidak reliabel

$$R = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum ab^2}{\sigma t^2} \right]$$

Ket:

R : Koefisien *Reliabilitas alpha cronbach*

K : Banyaknya Butir Pertanyaan

$\sum ab^2$: Total Varian Butir

$\sum \sigma t^2$: Total Varian

3. Pendekatan Analisis Data Dengan Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ujinormalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai yang *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai selisih residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan untuk dilakukan pada masing-

³⁴ Purwanto, statistika untuk penelitian, (ustaka pelajar, 2011), 152

masing variabel tetapi pada nilai residual selisihnya. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan terdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.³⁵

Adapun karakteristik dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

- 1) Uji normalitas dinyatakan normal apa bila tingkat asymp sig 2 tailed lebih besar dari 0,05, sebaliknya.
- 2) Uji normalitas dinyatakan tidak normal apa bila tingkat asymp sig 2 tailed lebih kecil dari 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antara variabel dependent dan independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak menghasilkan korelasi variabel independent, Jika variabel independent terkait satu sama lain, variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independent sama dengan nol.³⁶

Adapun beberapa kriteria mendeteksi multikolinieritas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai dari VIF (*variance inflation faktor*) tidak lebih dari 10 serta nilai dari *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model tersebut dinyatakan terbebas dari multikolenieritas.
- 2) Jika nilai dari VIF (*variance inflation faktor*) lebih dari 10 serta nilai dari *tolerance* kurang dari 0,1 maka model tersebut dinyatakan tidak bebas dari multikolenieritas.

³⁵ Purwanto, statistika untuk penelitian, (ustaka pelajar, 2011), 156

³⁶ Purwanto, statistika untuk penelitian, (ustaka pelajar, 2011), 165

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan *keresidual* pengamatan lain dalam model regresi disebut varian yang sama.³⁷

Beberapa kriteria dalam uji heteroskedastisitas:

- 1) Apa bila nilai sig > 0,05, maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apa bila nilai sig < 0,05, maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas dua atau lebih (X) mempengaruhi variabel terikat (Y) secara bersama-sama dan pengolahan data untuk mengetahui hal tersebut maka akan di uji dengan menggunakan SPSS dari hasil output SPSS maka akan di buat kesimpulan menyesuaikan dengan Hipotesis pada rumusan masalah.

Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3$$

Keterangan:

Y : nilai dari variable dependen

α : koefisien konstanta

β_1 : koefisien regresi variabel faktor sosial terhadap variabel Y

X_1 : variabel independen (faktor sosial)

³⁷Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 25," (Edisi 9), (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018),105-106.

β_2 : koefesien regresi variabel faktor budaya terhadap variabel Y

X_2 : variabel independen (faktor budaya)

β_3 : koefesien regresi variabel faktor promosi terhadap variabel Y

X_3 : variabel independen (faktor promosi)

ε : error

6. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji T atau uji parsial, adalah untuk menguji bagaimana setiap variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* secara terpisah. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

Beberapa kriteria yang digunakan dalam uji Parsia (uji t) adalah sebagai berikut:³⁸

- a. Apa bila nilai sig < 0.05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, sebaliknya
- b. Apa bila nilai sig > 0.05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y

2. Uji Kelayakan Model (Uji F) Simultan

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Y untuk menjawab pertanyaan ini maka perlu dibandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} menggunakan derajat kebebasan pembilang (numerator, *degrees of freedom*) menggunakan $(K-1)$ atau jumlah variabel dikurangi 1. Derajat kebebasan

³⁸ Purwanto, statistika untuk penelitian, (ustaka pelajar, 2011), 185-186

penyebut (denominator, *degrees of freedom*) menggunakan sampel ($n-k$) atau jumlah sampel dikurangi jumlah variabel.³⁹

Beberapa kriteria dalam uji Simultan (uji f) adalah sebagai berikut:

- a. Apa bila nilai sig < 0.05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh dari variabel X secara simultan terhadap variabel Y, sebaliknya
- b. Apa bila nilai sig > 0.05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh dari variabel X secara simultan terhadap variabel Y

3. Uji Determinasi

Uji Determinasi ini digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan perubahan dalam variabel *dependent* nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai 1.⁴⁰

Agar dapat diketahui hasil dari pengujian dari uji determinasi maka akan digunakan SPSS dengan memperhatikan tabel model summary pada output dalam SPSS.

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan:

R^2 : Koefisien determinasi

R : Koefisien korelasi

³⁹ Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (pustaka pelajar, 2011), 189

⁴⁰ Budi Setiawan, '*Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linier Berganda Dua Variabel Bebas*', (Bogor: Founder OfB4s, 2015), h 5-6

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Perilaku Konsumen

Menurut pakar John C Mowen dan Michael Minor mereka mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan suatu perolehan, konsumsi berbagai produk, jasa dan pengalaman serta ide-ide.

Menurut Lamb, Hair dan Mc Daniel mereka menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan untuk membeli, menggunakan serta mengkonsumsi barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang terkait langsung dan terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Dengan demikian Perilaku konsumen merupakan suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam memilih, membeli, memakai serta memanfaatkan produk, jasa, serta gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen.¹

Menurut Kotler Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Berikut penjelasan tentang beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu: Faktor Budaya, sub-

¹M.anang firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2018), 2

budaya, dan kelas sosial merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian.²

1. Faktor sosial

Menurut Blum dalam Satiyono dan Bodroastuti faktor sosial adalah faktor yang meliputi hubungan kekeluargaan, pandangan pekerja, kebebasan berpolitik dan hubungan kemasyarakatan.

Adapun menurut Hasibuan faktor sosial meliputi besarnya balas jasa yang diterima dari hasil kerjanya, agar dapat membeli kebutuhan. Sedangkan menurut Gibson dalam Sopiha faktor sosial atau faktor ekstrinsik dalam konteks pekerjaan meliputi gaji atau upah, kondisi pekerjaan, status, kebijakan organisasi, supervisi dan hubungan interpersonal.

Definisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Blum dalam Sutrisno yang menyatakan bahwa faktor sosial adalah faktor yang meliputi hubungan kekeluargaan, pandangan pekerja, kebebasan berpolitik dan hubungan kemasyarakatan.³

Beberapa faktor sosial yang juga mempengaruhi keputusan dalam memilih:

a. Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung

² M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA, 2018), 231

³ Imam, Ikhwan, dan Ahmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amnah Ummah."

terhadap perilaku serta sikap dari manusia itu sendiri. Seseorang yang telah dipengaruhi oleh kelompok acuan nya itu dapat melakukan atau menjalankan perilaku dan gaya hidup baru, dan mempengaruhi pilihan seseorang akan produk atau merek tertentu.

b. Keluarga

Menurut ali hasan dalam harahap “keluarga merupakan sebuah keorganisasian kecil yang penting dalam mempengaruhi perilaku anggotanya yang bersumber dari orang tua.” sedangkan secara tradisional “keluarga tergambarkan sebagai dua orang atau lebih yang dikaitkan oleh hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama”.

c. Lingkungan

Lingkungan tepatnya keadaan dalam lingkungan itu sendiri juga sangat berpengaruh terhadap preferensi memilih produk. Saat seseorang melihat keadaan yang terdapat dalam suatu lingkungan menggunakan suatu produk atau barang otomatis suatu individu yang memperhatikan hal tersebut akan tertarik untuk menggunakan suatu produk.

2. Faktor budaya

Kusudyarsana dalam syaifudin kata budaya berasal dari kata kerja latin “*colere*” yang berarti mengerjakan tanah, memelihara dan mengelola ladang. Tetapi dalam perkembangannya kata ini memiliki perluasan arti sehingga menjadi dan mencakup juga sikap dari nilai aktivitas rohani manusia, sehingga budaya tidak hanya terkait dengan aspek jasmani namun juga rohani.

Budaya, bahkan kelas sosial terkadang memiliki keterkaitan yang sangat berkaitan satusama lain dan sangat penting untuk sebuah perilaku pembelian. Budaya merupakan suatu penentu keinginan dan perilaku paling dasar. Masing-masing budaya terdiri dari budaya yang lebih menampakkan identifikasi dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya, budaya memiliki cakupan seperti kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.⁴

Budaya merupakan suatu kebiasaan yang dilakukan secara turun temurun baik yang diajarkan oleh orang terdahulu atau hal baru yang ditemukan dan menjadi suatu hal yang dilakukan secara terus menerus.

3. Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis

a. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

1) Usia dan tahap hidup siklus

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Mereka makan makanan bayi selama tahun-tahun awal hidupnya, banyak ragam makanan sealama tahun-tahun pertumbuhan dan kedewasaan, serta diet khusus selama tahun-tahun berikutnya. Selera orang-orang terhadap pakaian, perabot dan rekreasi juga berhubungan dengan usia.

⁴Santoso, "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang."

2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Pekerjaan seorang juga dapat mempengaruhi pola konsumsinya. Disini pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok profesi yang memiliki minat diatas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

3) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi.

b. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama, yaitu: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

1) Motivasi

Suatu kebutuhanakan menjadi motif jika ia didorong hingga mencapai tingkat intensitas yang memadai.

2) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

3) Pembelajaran

Ahli teori pembelajaran yakin bahwa pembelajaran dihasilkan melalui perpaduan kerja antara dorongan, rangsangan petunjuk bertindak, tanggapan, dan penguatan.

4) Keyakinan dan sikap

Keyakinan merupakan gambaran pemikiran yang dianut seseorang tentang suatu hal. Sikap adalah evaluasi, perasaan emosional, dan kecenderungan tindakan, yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap objek atau gagasan.

c. promosi

Menurut Michael Ray dalam Nasir mendefinisikan promosi sebagai *“the coordination of all seller started efforts to setup channels of information and persuade to sell goods and services or promote an idea”* (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai dari pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan membujuk untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan)⁵.

⁵Andespa, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah.”

Promosi merupakan sarana yang mampu dan ampuh untuk menarik konsumen atau calon pengguna produk yang dipromosikan serta dapat juga mempertahankan nasabah atau konsumen.

a. Lokasi

Lokasi merupakan letak atau tempat di mana suatu pihak melakukan promosi untuk memberikan informasi tentang produk atau jasa dengan hukum syariah maupun produk atau jasa dengan hukum konvensional yang dimiliki oleh suatu lembaga keuangan khususnya. Dengan adanya penyediaan lokasi strategis akan meningkatkan peluang seseorang untuk melakukan transaksi ke suatu lembaga keuangan khususnya pegadaian, karena dengan penyediaan jaringan kantor yang kuat, nyaman, serta fasilitas lainnya akan dinilai lebih mampu meningkatkan kepuasan pihak nasabah atau konsumen.

b. Biaya

Uraian untuk biaya yang digunakan baik untuk barang gadai dari nasabah ataupun biaya yang digunakan serta tercantum dalam pembiayaan padapembiayaan syariah di PT Pegadaian (persero) yang disesuaikan dengan apa yang didapatkan oleh nasabah itu sendiri benar-benar dapat menjadi suatu pertimbangan bagi nasabah.

c. Keuntungan

Sistem dari pengambilan keuntungan pembiayaan dari biaya sewa dan bukan bunga besar uang yang dipinjamkan di mana disesuaikan

dengan apa yang didapatkan oleh nasabah dari produk pembiayaan yang digunakan oleh nasabah pegadaian.

4. Preferensi

Menurut Philip Kotler, Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang lebih suka suatu jenis produk dari jenis produk yang lainnya. Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi untuk mengganti kata preference dengan arti yang sama dengan minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih barang atau jasa yang dianggap khusus⁶.

Indiarto mendefinisikan preferensi konsumen sebagai selera subjektif dari suatu individu, yang diukur dengan utilitas, dari bundel berbagai barang, konsumen dipersilakan untuk melakukan ranking terhadap bundel barang, yang dengan pasti produsen telah berpromosi untuk produk yang mereka miliki kepada konsumen yang perlu diperhatikan preferensi bersifat independen terhadap pendapatan dan harga⁷.

Menurut Marwan preferensi adalah sikap dari seorang konsumen atau seorang nasabah yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang dipromosikan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku dalam suatu pembelian⁸.

⁶ Philip Kotler, 1999. *Marketing Management : An Asian Perpektive* (Jakarta:Prenhallindo), 55

⁷Imam, Ikhwan, dan Ahmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amnah Ummah."

⁸ Barna, "(Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)."

Howard dan Sheth mengemukakan preferensi adalah dalam suatu gambaran sebuah proses pengambilan keputusan membeli serta menggunakan suatu produk atau jasa yang secara langsung mereka mengetahui dengan mempertimbangkan kegunaan dari produk atau jasa yang bisa didapati dari penjual⁹.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat membuat kita memahami bahwa preferensi adalah gambaran dari nilai-nilai terbaik yang dipertimbangkan konsumen dalam menentukan sebuah pilihan. Selain itu, preferensi juga mampu membentuk sebuah perilaku yang lebih mengarah pada sikap atau respons atas sebuah produk.

5. Manfaat preferensi

Dari ulasan pengertian preferensi dapat untuk memahami bahwa sangatlah penting bagi seorang individu untuk memfokuskan pilihan pada satu pilihan yang memang benar-benar sangat dibutuhkan olehnya lalu dengan pasti tidak serta merta melupakan berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan dalam keputusan akan suatu produk yang ingin digunakan baik dalam jangka pendek maupun panjang.

Terkadang suatu kebutuhan seseorang saat berhadapan dengarkan sosialnya, budaya, bahkan sebuah promosi dari sebuah perusahaan atau sebuah ikon atau merek, terkadang memang akan lebih sulit untuk memprioritaskan kebutuhan sehingga membuat individu menjadi bingung.

⁹Pradhanawati, A. (2011). Potensi dan preferensi terhadap perilaku memilih pegadaian syariah. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 12(1),1-7.

Maka dari itu benar-benar berguna untuk seorang individu yang memiliki kelas sosial tinggi atau renda serta kebiasaan budaya turun temurun atau tidak turun temurun dan, kemampuan menanggapi suatu promosi akan suatu barang atau dengan baik dan benar guna mendapatkan keinginan serta kebutuhan yang baik dan benar pula.

Serta dalam hal ekonomi tentu sikap berpreferensi atau memiliki sikap suka atau tidak suka (minat) akan suatu barang atau jasa dapat menjadi suatu dorongan atau menjadi suatu motivasi untuk melakukan apa yang mereka inginkan yang tentunya menggunakan pertimbangan-pertimbangan matang sehingga terdapat kepuasan tersendiri dari manusia tersebut, bahkan dalam hal selera yang dapat disesuaikan.

B. PT Pegadaian (Persero)

Pegadaian merupakan suatu lembaga keuangan non bank yang bergerak pada jasa dengan landasan hukum gadai atau dalam tuntunan hukum syariat islam yaitu Gadai di Indonesia sendiri pegadaian telah dikenal sejak tahun 1746 ditandai dengan gubernur jenderal voc “vanimhof” dengan mendirikan bank “vanleening” dengan sistem gadai, namun jauh sebelum itu diyakini bahwa bangsa indonesia telah mengenal transaksi gadai dengan jaminan harta bergerak.

Bagaimana dengan pegadaian syariah itu sendiri, seiring dengan gejolak ekonomi Indonesia yang begitu pesat perkembangannya, tepat pada tanggal 1 april 1901 status dari pegadaian beralih menjadi Perusahaan Negara (PN) lalu berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) selanjutnya dengan PP.No10/1990 (yang diperbarui dengan PP.No103/2000) kembali berubah

menjadi Perusahaan Umum, dalam perkembangannya PT Pegadaian melebarkan sayap ke produk dan jasa yang menggunakan sistem hukum syariah pada Januari tahun 2003 dengan prostransaksi berprinsip syariah yang adil dan menenteramkan sesuai dengan Fatwa MUI 92/Dewan Syariah Nasional dan MUI/IV/2014.¹⁰

1. Unsur Gadai

Ulama fikih mengemukakan bahwa akad gadai diperbolehkan dalam Islam berdasarkan Al-Qur'an dan sunah Rasulullah SAW. Dalam surah Al-Baqarah ayat 283 yang telah menjelaskan tentang gadai.¹¹

Berdasarkan ayat Al-Qur'an tersebut ulama fikih sepakat mengatakan bahwa akad gadai itu diperbolehkan karena banyak kemaslahatan (faedah atau manfaat) yang tercantum, secara pasti dalam rangka hubungan antara sesama manusia.

Rukun gadai

- a. Orang yang menggadaikan
- b. Penerima barang gadai
- c. Barang yang digadaikan
- d. Serta syarat lainnya

Wahbah Al-Zuhayli mengemukakan rukun gadai menurut para ulama meliputi beberapa hal berikut ini:

pertama, akad ijab dan kabul ("shighat", yaitu pernyataan adanya sebuah perjanjian gadai, pernyataan ini dapat dilakukan, baik dalam bentuk

¹⁰ Novitasari "Implementasi Produk Amanah Pada PT. Pegadaian (Persero) cabang Curup".

¹¹ Alquran Terjemahan Ar-Rahim Surat Al-Baqarah ayat 283, (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu, 2014), 49

yang tertulis maupun bentuk yang lisan, asalkan terkandung maksud adanya akad gadai dari kedua belah pihak yang bersangkutan.

Kedua, yaitu orang yang menggadaikan (debitur) dan yang menerima gadai (kreditur) dengan syarat bagi yang melakukan akad tersebut yaitu orang yang memiliki kelayakan dalam berinteraksi baik secara komersial ataupun sosial.

Ketiga, adanya barang yang digadaikan, dengan akad jual beli sehingga setiap orang yang sah jual belinya maka akan sah pula gadai dikarenakan gadai merupakan aktivitas transaksi harta sebagaimana jual beli. Maka wajib bagi mereka menjaga dan melaksanakan syarat-syarat gadai tersebut¹².

Beberapa produk PT Pegadaian (persero) cabang Curup:¹³

a. Arum Haji

Pada tahun 2016 PT Pegadaian (persero) mengeluarkan produk terbarunya yaitu, Arum Haji dengan memberikan kesempatan bagi umat Islam untuk menunaikan Rukun Islam yang Ke-5 yaitu, Ibadah Haji dengan bermodalkan emas atau dengan membelinya ke PT Pegadaian syariah maka seseorang telah memiliki peluang untuk menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci.

Arum haji adalah produk yang memang terkhusus membantu masyarakat dengan ekonomi menengah dan yang memiliki emas untuk menunaikan ibadah haji dengan adanya produk ini maka emas dijadikan sarana kemaslahatan umat dalam mewujudkan serta mempermudah cita-cita nan

¹²Mulazid, "Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia."

¹³Riska Nusantia (Karyawan), Wawancara, PT. Pegadaian (Persero) Ccccabang Curup, 22 Oktober 2019.

mulia tersebut. Produk arum haji merupakan pembiayaan untuk mendapatkan porsi ibadah haji secara syariah dengan proses mudah, cepat dan aman.

1) **Prosedur Pembiayaan**

Produk Arum Haji merupakan produk yang terbilang masih baru yang ada pada pegadaian Syariah pada keseluruhan wilayah Indonesia termasuk beberapa pegadaian konvensional yang melayani sistem usaha syariah. Produk ini dijamin aman oleh Pegadaian Syariah karena diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan.

Beberapa persyaratan yang wajib dipenuhi oleh nasabah adalah sebagai berikut:¹⁴

- Membawa jaminan berupa emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta rupiah.
- Membawa KTP dan KK
- Membawa persyaratan untuk mendaftar porsi haji

Adapun mekanisme Produk Arum Haji dimulai dari nasabah datang ke Pegadaian Syariah dengan membawa syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan. Selanjutnya pihak pegadaian akan memproses seluruh dokumen yang diperlukan setelah itu dilaksanakan akad.

Selanjutnya dari pihak pegadaian sendiri akan segera berkomunikasi dengan pihak bank agar membuatkan buku tabungan untuk memperoleh “SBAPIH” (Setoran Awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji) dari bank untuk nasabah yang bersangkutan.

¹⁴Risya larasanti, *brosur produk pembiayaan arum haji*, (PT Pegadaian (Persero),

Dalam hal ini bank yang bekerjasama dengan Pegadaian Syariah, yaitu Bank BNI Syariah, Bank Mega Syariah, dan Bank Panil Syariah. Setelah urusan dengan pihak bank selesai dan semua berkas sudah lengkap maka nasabah bisa langsung ke Kementerian Agama untuk mendaftarkan diri sebagai calon jemaah haji dan mendapatkan porsi haji. Berikutnya nasabah menyerahkan “SBPIH” (Setoran Biaya Awal Penyelenggaraan Ibadah Haji), “SPPH” (Surat Pendaftaran Pergi Haji), dan Buku Tabungan. Yang terakhir yaitu nasabah tinggal melunasi angsuran kepada pihak pegadaian sesuai dengan perjanjian awal.

Sembari menunggu giliran antrean pemberangkatan untuk melaksanakan ibadah haji, nasabah hanya membayar cicilan perbulan kepada pegadaian. Jika cicilan telah lunas dibayarkan maka emas yang dijadikan jaminan dapat diambil kembali untuk dijual kemudian digunakan untuk membayar sisa biaya haji dengan demikian nasabah tinggal membayar kekurangan biaya haji.

2) Dasar Hukum

Dari penjelasan tersebut mengenai produk Arum Haji dapat diketahui bahwa Pegadaian Syariah memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin melaksanakan ibadah haji dengan menggadaikan emas yang telah ditentukan sehingga dari pinjaman pegadaian masyarakat bisa mendaftar haji. Jika kita melihat dari mekanisme dan operasional tersebut maka dapat diketahui bahwa yang menjadi dasar hukum produk Arum Haji ini adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor

26/Dewan Syariah Nasional dan MUI/III/2002 tentang Gadai Emas dan Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 92/Dewan Syariah Nasional dan MUI/IV/2014 tentang Pembiayaan yang disertai gadai.¹⁵

Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 25 Tahun 2002 tentang gadai Emas menjadi landasan hukum produk ini karena dari segi objek yang digunakan sebagai jaminan adalah emas.¹⁶

Dari fatwa tersebut dapat diketahui bahwa gadai emas diperbolehkan dengan dasar pertimbangan sebagaimana yang dicantumkan pada fatwa tersebut. Apabila dihubungkan dengan mekanisme produk Arum Haji sebenarnya produk ini tidak jauh berbeda dengan produk gadai yang lain yang membedakannya hanyalah dari segi pemberian pinjaman yang khusus digunakan untuk mendaftar haji serta yang dijadikan jaminan harus dalam bentuk emas. Dalam fatwa tersebut juga dijelaskan mengenai ongkos atau biaya “ujrah” penyimpanan “marhun” ditanggung oleh penggadai (debitur), serta ongkos yang dimaksud dilaksanakan berdasarkan akad ijarah.

Produk Arum Haji dengan menggunakan barang jaminan berupa emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta rupiah telah sesuai dengan fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI tersebut. Selanjutnya adalah Fatwa

¹⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 26/Dewan Syariah Nasional dan MUI/III/2002 , *tentang Gadai Emas* dan Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 92/Dewan Syariah Nasional dan MUI/IV/2014, *tentang Pembiayaan yang disertai gadai*.

¹⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 25 Tahun 2002, *tentang jaminan*.

Dewan Syariah Nasional dan MUI Nomor 92/Dewan Syariah Nasional dan MUI/IV/2014 tentang Pembiayaan yang disertai gadai.¹⁷

Pada fatwa tersebut, disebutkan bahwa akad gadai dapat disertakan dalam akad pembiayaan yang adasesuai dengan aturan dalam fatwa tersebut. Dalam ketentuan hukum pada fatwa tersebut, disebutkan bahwa semua bentuk pembiayaan/penyaluran dana Lembaga Keuangan Syariah (“LKS”) boleh dijamin dengan Gadai sesuai dengan ketentuan fatwa ini.

Meskipun Produk Arum Haji telah sejalan dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional dan MUI, sebenarnya perlu menjadi perhatian khusus dalam hal pengelolaan produk. Di lihat pada tujuan utama produk Arum Haji, adalah membantu nasabah atau konsumen dalam hal pendaftaran untuk melaksanakan ibadah haji, maka dapat diketahui bahwa tujuan utama dalam produk tersebut adalah penyelenggaraan biaya untuk melaksanakan ibadah. Maka dari itu menurut peneliti alangkah lebih baiknya dipisahkan dengan produk lainnya agar pada pelayanan serta pengelolaan lebih terfokus pada satu produk ini dikarenakan produk ini sedikit lebih sensitif pada hukum islam atau syariah pada posisi soal ibadah.

b. Logam Mulia (MULIA)

Menurut suharso Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang bersinggungan dengan kebutuhan manusia, mengenyampingkan akan kepemilikan nilai estetis yang tinggi dari emas, pasti juga merupakan investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara rill. Pembiayaan

¹⁷ PJOK-usaha pegadaian, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian”

kepemilikan emas secara kredit ini diharapkan dapat mengakomodasi keinginan masyarakat untuk berinvestasi emas dengan cara membeli emas secara kredit sesuai dengan kemampuan dari mereka masing-masing.

Produk “murabahah” Logam Mulia Investasi Abadi atau disingkat dengan MULIA yang terdapat pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup. Penggunaan akad pada produk MULIA pembelian emas secara tidak tunai pada PT Pegadaian menggunakan lebih dari satu akad, yaitu akad “murabahah” dan akad gadai, kedua akad ini terjadi bersamaan dalam satu kontrak yang disebut dengan Akad Mulia. Akad “murabahah” adalah akad jual beli di mana penjual menyebutkan harga pembelian (modal) kepada pembeli disertai adanya margin keuntungan.¹⁸

Akad “murabahah” merupakan salah satu bentuk pembiayaan secara kredit di mana pembiayaan dilakukan pada waktu jatuh tempo atau secara angsuran, yang mana para pihaknya adalah:

1. Pegadaian Syariah bertindak sebagai pembayar harga barang kepada pemasok barang (supplier) untuk dan atas nama pembeli (nasabah).
2. Nasabah yang bertindak sebagai pembeli barang dengan membayar harga barang secara angsuran.
3. Pemasok barang (supplier) yang bertugas menyediakan dan mengirimkan barang yang dibutuhkan oleh pembeli (nasabah).

Lantas bagaimana dengan akad gadai atau gadaidalam pembelian logam mulia pada PT Pegadaian (Persero),Perjanjiangadai atau akad gadai

¹⁸ Risya larasanti, *brosur produk logam mulia*, (PT Pegadaian (Persero),

adalah akad untuk menjadikan barang yang mempunyai nilai harta menurut pandangan hukum syara' sebagai jaminan utang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang atau ia bisa mengambil sebagian manfaat barang itu.

Menurut Pasal 1150 KUHP Perdata hak gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang (kreditur) atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang yang berutang(nasabah) atau orang lain atas namanya. Dalam proses setelah pembelian logam mulia juga akanterkena jasa titipan di mana menggunakan akad “wadiyah” sehingga lunas serta sepenuhnya logam mulia belian pada PT Pegadaian (Persero) menjadi hak milik sepenuhnya oleh pembeli (nasabah)¹⁹.

1. Prosedur Pembiayaan

Dalam pengajuan pembiayaan dari produk logam mulia terdapat beberapa hal yang harus dipenuhi oleh calon nasabah adalah sebagai berikut:²⁰

- a. Nasabah yang melakukan transaksi Pegadaian Mulia wajib memilih outlet atau agen yang ditunjuk sesuai dengan lokasi Nasabah, dan melakukan “CDD”Secara Elektronik pada aplikasi “pegadaian digital”, serta melengkapi form transaksi Pegadaian Mulia untuk pengambilan logam mulia.

¹⁹ PJOK-usaha pegadaian, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pergadaian”

²⁰ Risya larasanti,brosur produk logam mulia, (PT Pegadaian (Persero),

- b. Nasabah yang telah melakukan pemilihan emas batangan wajib melakukan pembayaran uang muka kepada Galeri 24 sesuai dengan ketentuan dan waktu yang telah ditentukan oleh aplikasi “pegadaian digital”.
- c. Apabila Nasabah telah memilih emas batangan belum melakukan pembayaran uang muka sampai dengan batas waktu yang ditentukan oleh aplikasi “pegadaian digital” maka otomatis transaksi Pegadaian Mulia akan dibatalkan.
- d. Pada saat melakukan transaksi Pegadaian Mulia, sebagai wujud pernyataan Nasabah telah menyetujui untuk melakukan transaksi dimaksud, Nasabah wajib mengisi dan memberikan tanda “checklist” pada kolom yang tersedia mengenai syarat dan ketentuan pada aplikasi “pegadaian digital”.
- e. Bahwa uang yang digunakan tidak berasal dari dan/atau untuk tujuan pencucian uang (money laundering) dan/atau pendanaan kegiatan terorisme.
- f. Pengambilan emas batangan yang telah dilunasi tidak boleh diwakilkan kecuali Nasabah yang bersangkutan telah meninggal sehingga dapat diwakilkan oleh Ahli Waris Nasabah.
- g. Galeri 24 selaku Penjual dan Nasabah selaku Pembeli memahami dan menyetujui bahwa pajak yang timbul atas transaksi jual beli merupakan tanggungjawab masing-masing pihak, sesuai dengan ketentuan pajak yang berlaku dalam Peraturan Perundang-undangan Indonesia.

- h. Nasabah setuju dengan syarat dan ketentuan Pembelian Emas batangan yang ditentukan oleh Galeri 24 yang disampaikan pada “pegadaian digital”, yang memuat antara lain:
- Jenis Logam Mulia.
 - Denominasi.
 - Jumlah Keping.Harga Emas.
- i. Pemberian Pinjaman Mulia dapat dilakukan oleh Pegadaian apabila Nasabah telah menyerahkan uang muka pembelian kepada Galeri 24 sebesar minimal 15% dan maksimal 90% atau sesuai sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada pegadaian.
- j. Apabila Nasabah tidak membayar angsuran sampai dengan tanggal jatuh tempo, maka pada hari pertama nasabah dikenakan Denda maksimal sebesar 4% (empat perseratus) dibagi dengan 30 (tiga puluh) hari dari besarnya angsuran.
- k. Nasabah dikenakan biaya administrasi sebesar Rp50.000-;
- l. Nasabah setuju untuk mengikatkan diri pada Syarat dan Ketentuan transaksi Pegadaian Mulia.
- m. Dan tentunya akan diminta kelengkapan dari identitas dari calon nasabah seperti KTP, KK, dan identitas aktif lainnya.

Simulasi pembiayaan MULIA (“*murabahah*” Logam Mulia Investasi Abadi):

Nasabah membeli 1 (satu) keeping logam mulia (LM) sebesar 25 gram dengan kadar 99,99 % (asumsi harga 25 gram = Rp.12.887.000,00) maka:

Pembelian Tunai: Harga + % marjin +Administrasi = Rp.12.887.000 +
 (Rp.12.887.000 x 3 %) +Rp.50.000 = Rp.12.887.000 + Rp. 386.610 +
 Rp.50.000 = Rp.13.323.610

Pembelian angsuran 6 bulan:

Harga + % margin + Administrasi + Ongkos Kirim (Ongkos kirim +
 Asuransi pengiriman ditentukan berdasarkan jarak dan harga pokok):

Rp.12.887.000 + (6 % x Rp.12.887.000) = Rp.12.887.000 +

Rp.773.220 = Rp.13.660.220,00

Uang Muka 20 % = Rp.2.732.044,00

Administrasi = Rp. 50.000 +

Pembayaran Awal = Rp.2.782.044,00 Sisa = Rp.13.660.220 –

Rp.2.732.044 = Rp.10.928.176,00 Angsuran/Bulan = Rp.10.928.176:

Rp.1.821.363,00/bulan.

2. Dasar Hukum

Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 tentang Pembiayaan “murabahah” Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) tanggal 25 September 2008, produk yang disebut MULIA ini diluncurkan dan mulai dioperasikan pada tanggal 28 Oktober 2008.²¹

Terbitnya surat keputusan tersebut dapat dikatakan sebagai terobosan baru bagi PT. Pegadaian (Persero) di mana selama ini pegadaian hanya identik dengan tempat untuk menggadaikan barang

²¹ Surat Keputusan Direksi No. 54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia, 2008

tertentu, tetapi pada saat ini juga bisa digunakan untuk kegiatan berinvestasi.

Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia yang ada pada pegadaian adalah emas batangan yang mempunyai sertifikat internasional “LBMA” London Bullion Market Association dengan beberapa jenis atau varian, untuk produk MULIA mulai dari unit 5 gram, unit 25 gram, unit 50 gram, unit 100 gram, unit 250 gram, dan unit 1.000 gram.

Produk MULIA dilakukan dengan pembelian secara angsur, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai kemampuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh pegadaian. Bagi nasabah yang ingin melakukan investasi dalam bentuk kredit pegadaian menyediakan beberapa pilihan jangka waktu angsuran sesuai dengan keinginan nasabah.

Berdasarkan Surat edaran Direksi Nomor 16/US.100/2009 perihal jangka waktu, uang muka, dan margin, angsuran yang disediakan oleh PT. Pegadaian (Persero) tersedia dari 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, dan 36 bulan²².

c. Amanah

Pembiayaan ini merupakan pembiayaan yang memang terkhusus pada karyawan guna pengadaan kepemilikan kendaraan bermotor (Amanah) dengan pembiayaan berprinsip syariah kepada Pegawai Negeri Sipil dan

²² PJOK-usaha pegadaian, “Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 31 /Pojk.05/2016 Tentang Usaha Pegadaian”

Karyawan Swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran. Sebelum pembiayaan diputuskan, terlebih dahulu harus dilakukan penilaian dan analisis kelayakan yang mendalam terhadap calon nasabah agar tidak terjadi masalah pembiayaan ataupun macet.²³

Keunggulan produk Amanah adalah:

- a. Layanan Amanah tersedia dalam keseluruhan Outlet Pegadaian Syariah Indonesia.
- b. Prosedur pengajuan cepat dan mudah.
- c. Uang muka terjangkau.
- d. Biaya administrasi murah dan angsuran tetap. e. Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulanan sampai dengan 60 bulan, Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menenteramkan.

Serta terdapat juga beberapa hal yang menjadi sumber tolak ukur pemberian pembiayaan ke pada calon nasabah:

- a. Informasi yang berhubungan dengan identitas pribadi.
- b. Informasi yang berhubungan dengan keluarga calon nasabah.
- c. Informasi berdasarkan data usaha.
- d. Informasi yang berhubungan dengan data keuangan keluarga calon nasabah.
- e. Informasi yang berhubungan dengan data keuangan usaha calon nasabah.

²³ Novitasari, "Implementasi Produk Amanah Pada PT. Pegadaian (Persero) Ccccabang Curup".

1. Prosedur Pembiayaan

Dengan adanya beberapa penawaran yang memudahkan nasabah sehingga pihak pegadaian menerapkan beberapa hal yang harus dilakukan oleh calon nasabah saat akan menggunakan pembiayaan amanah yaitu sebagai berikut:²⁴

- a. Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
- b. Melampirkan kelengkapan: Fotokopi KTP (suami/istri), Fotokopi Kartu Keluarga, Fotokopi SK pengangkatan sebagai pegawai / karyawan tetap, Rekomendasi atasan langsung, Slip gaji 2 bulan terakhir.
- c. Mengisi dan menandatangani form aplikasi Cicil Kendaraan.
- d. Membayar uang muka yang disepakati Minimal 10 % untuk Motor dan Minimal 20 % untuk mobil.
- e. Menandatangani akad Cicil Kendaraan.

Syarat Umum

- a. Untuk sepeda motor harus dengan merk: Honda, Suzuki, "Yamaha", "Kawasaki", Vespa, dan Bajaj.
- b. Untuk mobil boleh baru, bisa juga bekas (kondisi 80%) dengan ketentuan sebagai berikut:

²⁴ Risya larasanti, *brosur produk pembiayaan arum haji*, (PT Pegadaian (Persero),

- 1) Mobil buatan Jepang 10 (sepuluh) tahun terakhir: Toyota, “Honda”, “Suzuki”, “Daihatsu”, “Mitsubishi”, “Mazda”, “Nissan”, “Isuzu”.
- 2) Mobil buatan Korea 5 (lima) Tahun terakhir: KIA, “Hyundai”, “Daewoo”.
- 3) Mobil buatan Eropa 8 (delapan) tahun terakhir: (“BMW”, “Mercedes-benz”, “Opel”, “Audi”, “Volvo”, “VW”, “Peugeot”.
- 4) Mobil buatan Amerika 8 (delapan) tahun terakhir: (“Chevrolet”, “Ford”)

Biaya-biaya

a. Biaya Administrasi

- 1) Sepeda Motor: Rp.70.000
- 2) Motor: Rp.200.000

b. Biaya Notaris

- 1) Dibawah Rp.10.000.000: Rp.30.000
- 2) Diatas Rp.10.000.000: Rp.400.000

c. Biaya “IJK” AMANAH

- 1) 12 Bulan: 0,84 % dari Pinjaman - 36 Bulan: 1,38% dari Pinjaman
- 2) 18 Bulan: 0,90% dari Pinjaman - 48 Bulan: 1,92% dari Pinjaman
- 3) 24 Bulan: 1,14 % dari Pinjaman - 60 Bulan: 2,16% dari Pinjaman

2. Dasar Hukum

Berdasarkan Fatwa MUI 92/Dewan Syariah Nasional dan MUI/IV/2014 yang menerangkan tentang proses bertransaksi dengan adil serta menenteramkan, adapun maksud dan tujuannya adalah melayani kebutuhan masyarakat khusus untuk pegawai tetap atas dasar kepemilikan kendaraan bermotor. Kebijakan operasional ini sendiri berasal dari beberapa potongan ayat Alquran seperti dalam:

a) QS. Albaqarah (2): 280²⁵

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ
وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ
تَعْلَمُونَ ٢٨٠

Artinya: “Dan jika (orang berutang itu) dalam kesukaran, maka berilah tangguh sampai dia berkelapangan. Dan menyedekahkan (sebagian atau semua utang) itu, lebih baik bagimu, jika kamu mengetahui.”

Allah Ta'ala berfirman dalam ayat ini dengan memerintahkan agar bersabar jika orang yang meminjam dalam kesulitan membayar hutang, yang tidak memperoleh apa yang untuk membayar tidak seperti yang ditanamkan dikalangan orang-orang Jahiliah dimana ada beberapa orang di antara mereka

²⁵<http://baitsyariah.blogspot.com/2019/02/surah-albaqarah-ayat-280-tafsir-ibnu.html>

mengatakan kepada peminjam, Jika sudah jatuh tempo: “Dibayar atau ditambahkan pada bunganya.”

Firman Allah (وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ) selanjutnya Allah Ta’ala menganjurkan untuk menghapuskan saja. Dan Dia menyediakan kebaikan dan pahala yang melimpah atas hal itu. Maksudnya juga, hendaklah kalian meninggalkan pokok harta (modal) secara keseluruhan dan membebaskan dari si peminjam.

b) QS. An-Nissa (4): 29²⁶

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا
لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ
بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama dengan jl yang batil, kecuali dengan jl perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka antara kamu dan janganlah kamu

²⁶<https://tafsirweb.com/1561-quran-surat-an-nisa-ayat-29.html>

membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasul-NYA serta melaksanakan syariat-NYA, tidak halal bagi kalian untuk memakan harta sebagian kalian kepada sebagian yang lainnya tanpa didasari Hak, kecuali telah sejalan dengan syariat dan penghasilan yang memiliki kehalalan yang bertolak dari adanya saling rida dari kalian. Dan janganlah sebagian kalian membunuh sebagian yang lain akibatnya kalian akan membinasakan diri kalian dengan melanggar larangan Allah dan maksiat kepada-NYA. Sesungguhnya Allah Maha penyayang kepada kalian dalam setiap perkara yang Allah memerintahkan kalian untuk mengerjakannya dan perkara yang Allah melarang kalian melakukan.

c) QS. Al-maidah (5): 1²⁷

بِسْمِ اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ
أَحَلَّتْ لَكُمْ بِهِمَّةُ الْأَنْعَامِ
إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ
وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ

²⁷<https://tafsirweb.com/1885-quran-surat-al-maidah-ayat-1.html>

يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, memenuhi akad itu, Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut kehendak-Nya.*"

Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasul-Nya serta menjalankan syariat Islam, menyempurnakan perjanjian Allah yang tegas, berupa keimanan terhadap ajaran syariat agama dan ketundukan kepadanya. Dan memenuhi perjanjian sebagian kalian atas sebagian yang lain berupa amanat, jual beli dan akad lainnya yang tidak bertentangan dengan Kitabullah dan Sunnah rasul-Nya, Muhammad saw. Sungguh Allah telah menghalalkan bagi kalian binatang-binatang ternak, seperti unta, sapi dan kambing, kecuali apa yang telah dijelaskan kepada kalian, yaitu pengharaman bangkai, darah, dan lainnya, serta pengharaman binatang buruan ketika kalian tengah dalam kondisi ihram. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum apa saja yang dikehendakiNya sesuai dengan hikmah dan keadilan Allah.

d) Hadis Nabi Muhammad Saw dari Abu Sa'id Al-Khudri Ra

وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ الصَّادِقُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ التَّاجِرُ الْأَمِينُ

“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (penuh amanat) adalah bersama para nabi, orang yang membenarkan risalah nabi dan para syuhada.” (HR.Tirmidzi, Kitab Al-Buyu’ Bab MaJa-a Fit Tijaroti no.1130).²⁸

Dalam hadis yang semuanya secara umum menjelaskan tentang dasar hukum Ekonomi Islam dalam berdagang, utang-piutang dan Pegadaian. Itulah yang menjadi pandangan ekonomi Islam yang juga menjadi landasan operasional pada pegadaian syariah.

C. Kerangka Pemikiran

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁹

dalam penelitian ini ada dua jenis variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel

²⁸ Syantoso, *“Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis.”*

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta, t.t.), 38

bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)³⁰.

Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor sosial (X1), faktor budaya (X2), faktor promosi (X3)

2. Variabel dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.³¹

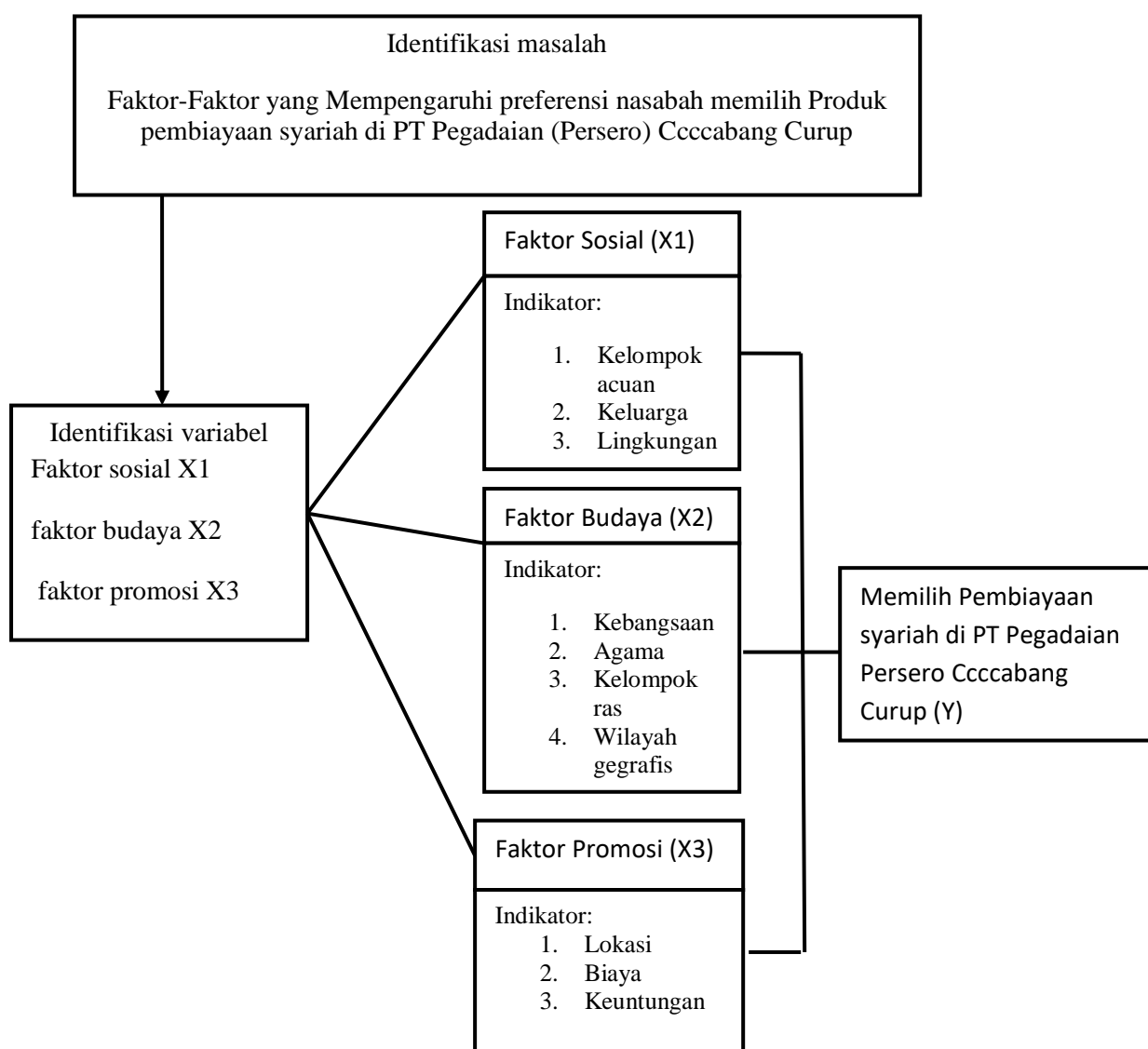
Adapun variabel dependen dalam penelitian ini preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT pegadaian (Persero) Cabang Curup (Y).

³⁰Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (Bandung: Alfabeta, t.t.), 39

³¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D (Bandung: Alfabeta, t.t.), 40

Gambar Bagan 2.1

Kerangka pemikiran



BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Aspek Demografi Objek Penelitian

1. Sejarah Pegadaian Indonesia

Di Indonesia sendiri pegadaian sendiri diawali dengan pembentukan sebuah lembaga keuangan oleh VOC dengan nama “*van leaning bank*” pada tahun 1746 dengan adanya sistem gadai, selanjutnya pada tahun 1811 terjadi pembubaran atas bank *van leaning* oleh pemerintahan inggris dan oleh mereka masyarakat diberikan keleluasaan untuk mendirikan sebuah usaha gadai dengan sistem gadai tentunya.

Lalu dengan beberapa perkembangan tepat pada 1 April 1901 didirikan pegadaian pertama daerah Sukabumi Jawa Barat, lalu pada tahun 1905 pegadaian berubah menjadi “JAWATAN” lalu pada tahun 1961 perusahaan jawatan berubah menjadi “Perusahaan Negara (PN)” sesuai dengan penggantian Perpu (PP) No19 tahun 1960 Jo yang terganti menjadi Perpu (Pp) No 178 tahun 1961 dilanjutkan pada tahun 1969 terganti kembali dari Perusahaan Negara (PN) menjadi “PERJAN” berdasarkan PeraturanPemerintah (perpu) No 7 tahun 1969.

Berdasarkan PeraturanPemerintah (Perpu) No 10 tahun 1990 yang terganti berdasarkan PeraturanPemerintah (perpu) No 103 tahun 2000 pada tahun 1990 diubahlah “PERJAN” menjadi “PERUM”, dan pada tahun 2012 kembali mengalami pengantiandari “PERUM” menjadi “PERSERO” pertepatan pada tanggal 1 April tahun 2012 berdasarkan Peraturan pemerintah(Perpu) No 51

tahun 2011, maka hingga saat ini PT Pegadaian (Persero) memperingati hari ulang tahunnya pegadaian bertepatan pada tanggal 1 April.¹

2. Sejarah Pegadaian Cabang di Curup

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Curup berdiri pada tanggal 1 juni 1994 dengan latar belakang berdirinya yaitu karena masyarakat bingung ingin meminjam uang atau kita kenal dengan kredit, sehingga berdirilah kantor tersebut yang beralamat pada JL. Merdeka No.293 Curup.Pimpinan yang pertama kali memimpin PT Pegadaian wilayah Curup pada masa itu adalah Bapak Syaiful dan dilanjutkan oleh pimpinan kedua yaitu Bapak Ruyadi.

Setelah itu kantor pegadaian pindah gedung ke depan kantor yang lama tersebut sebelumnya dikarenakan masih mengontrak. Namun kantor pegadaian pun pindah lagi ke kantor yang baru di mana status kantor yang baru milik sendiri yang beralamat di JL. Merdeka No.277 Curup.Sekitar tahun 2011 kantor tersebut mengalami kebakaran sehingga kantor pegadaian pindah sementara ke kelurahan Talang Rimbo Barusembari menunggu kantor yang mengalami kebakaran untuk renovasi, saat kantor lama selesai renovasi maka pindah lagi ke kantor yang beralamat di JL.Merdeka No.277 Curup sampailah saat ini yang saat ini dipimpin oleh bapak Babara Susyanto².

¹ *Arsip, PT Pegadaian (Persero) cabang Curup, sejarah PT Pegadian (Persero) cabang Curup ,1*

² *Arsip, PT Pegadaian (Persero) cabang Curup, sejarah PT Pegadian (Persero) cabang Curup ,2*

a) Visi dan Misi PT.Pegadaian (Persero) Cabang Curup

1) Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama dalam basis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah.

2) Misi

- a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, mudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan pada semua pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan yang utama bagi masyarakat.
- c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.³

B. Struktur

1. Struktur Pegadaian Cabang Curup

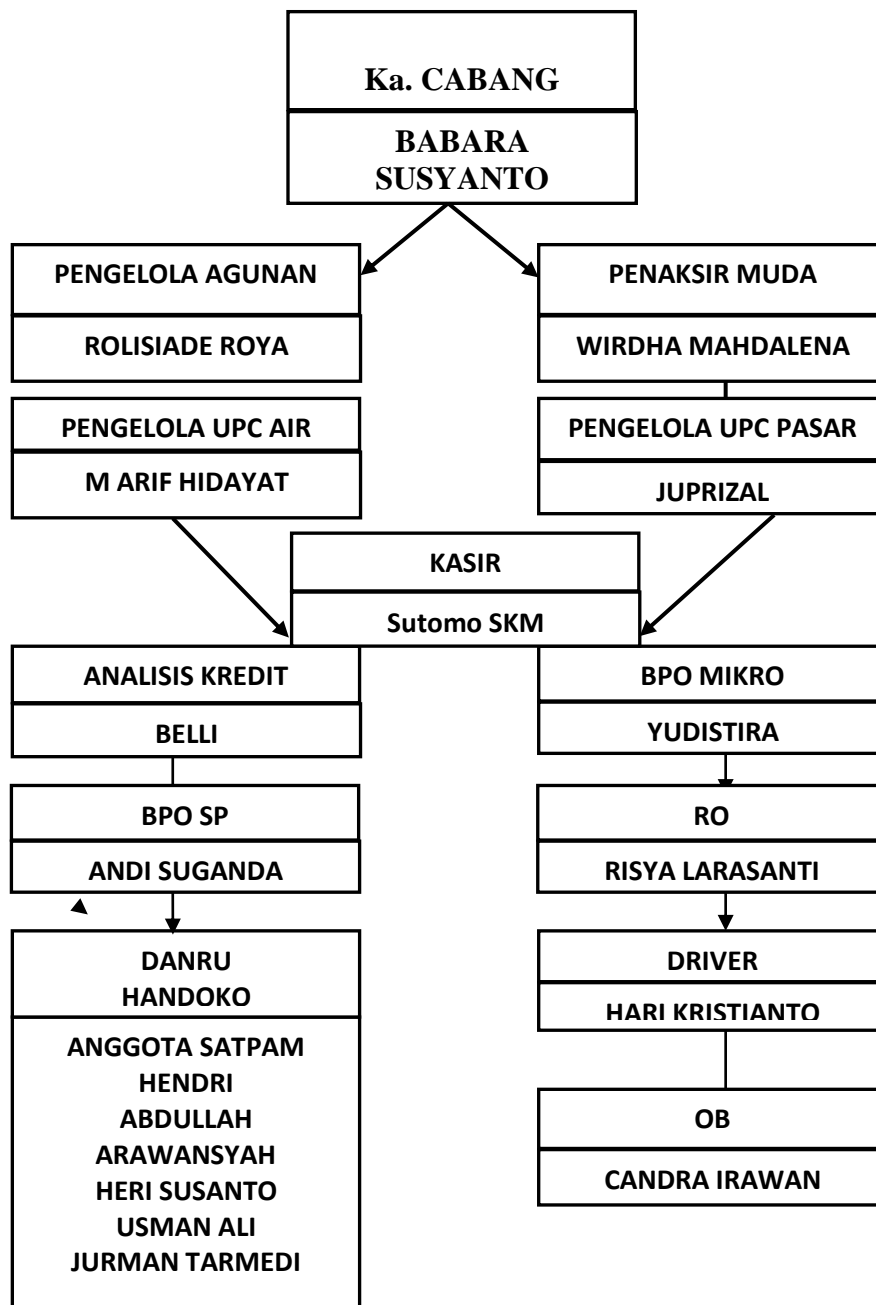
Sebuah lembaga keuangan tentunya memiliki beberapa hal yang harus dikerjakan dan semua hal tersebut tidak mungkin dilakukan oleh satu orang saja, maka terdapat satu orang pemimpin dan jajarannya yang memiliki kewajiban untuk merepresentasikan suatu lembaga keuangan itu sendiri.⁴

³Arsip, PT Pegadaian (Persero) cabang Curup, *visi dan misi*

⁴Arsip, PT Pegadaian (Persero) cabang Curup, *struktur karyawan*

Gambar Bagan 3.2

Struktur PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup



Sumber: arsip PT Pegadaian (Persero) cabang Curup

Tabel 3.1

Pegawai PT Pegadaian (persero) cabang Curup

NO	NAMA	NIK	JABATAN
1	BABARA SUSYANTO	P.82690	Ka. CABANG
2	WIRDHA MAHDALENA	P.82689	PENAKSIR MUDAH
3	ROLISIADE ROYA	P.90577	PENGELOLA AGUNAN
4	SUTOMO SKM	P.56676	KASIR
5	M ARIF HIDAYAT	P. 91457	PENGELOLA “UPC”
6	JUPRIZAL	P.82695	PENGELOLA “UPC”
7	SHINTA DE WAROKA	P.88115	KASIR
8	BELLI	P.87962	ANALISIS KREDIT
9	YUDISTIRA	P.84551	BPO MIKRO
10	ANDI SUGANDA	PPU50455	BPO SP
11	RISYA LARASANTI	PPU50693	RO
12	HANDOKO		DANRU
13	HENDRI	PQ0302008	SATPAM
14	USMAN ALI	PQ0302007	SATPAM
15	JUMAN TARMEDI	PQ0301999	SATPAM
16	ARWANSYAH	PQ0302000	SATPAM
17	HERI SUSANTO	PQ0302001	SATPAM
18	ABDULLAH		SATPAM
19	HARI KRISTIANTO		DRIVER
20	CANDRA IRAWAN		OB

Sumber: arsip PT Pegadaian (Persero) cabang Curup

Keterangan :

1. Tugas dari PT Pegadaian pada umumnya yaitu menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan usaha-usaha lain yang berhubungan dengan tujuan pegadaian atas dasar materi yaitu melakukan kegiatan baik itu, gadai, pembiayaan, yang disertai gadai, tabungan ataupun investasi emas yang bisa diakhiri dengan jual beli, tugas itu dijelaskan sesuai atas perintah dewan direksi dengan pencapaian target tertentu yang harus diperoleh beberapa dari fungsi pada PT Pegadaian (Persero) adalah sebagai berikut :
 - a. Mengelola penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara mudah, cepat, aman, dan hemat.
 - b. Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha mikro yang menguntungkan bagi pegadaian maupun masyarakat.
 - c. Mengelola keuangan, perlengkapan, kepegawaian, pendidikan, dan pelatihan.
 - d. Mengelola organisasi, tata kerja dan tat laksana pegadaian.
 - e. Melakukan penelitian dan pengembangan serta mengawasi pengelolaan pegadaian
2. Pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup memiliki beberapa bagian bidang pekerjaan yang diantaranya adalah sebagai berikut :
 - a. Penaksir Madya Muda Cabang dan UPC memiliki fungsi dalam kegiatan operasional yaitu memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat, jaminan berdasarkan ketentuan yang berlaku sesuai dengan proses penyerahan barang jaminan yang telah ditaksir kepada penyimpan/pengelola gudang.

- b. Pengelola agunan memiliki fungsi dalam kegiatan operasional yaitu memberikan perlindungan terhadap barang agunan nasabah. Tugasnya yaitu mengelola agunan yang diterima dari penaksir dan menyimpannya ke brankas penyimpanan serta pengelola agunan inilah yang bertanggung jawab atas agunan yang diberikan nasabah melalui penaksir yang tersimpan pada brankas penyimpanan.
- c. Kasir cabang, Madya, dan UPC memiliki fungsi sebagai dan kegiatan operasional memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Tugasnya yaitu tempat menerima pembayaran cicilan dan perpanjangan gadai ataupun tempat pembayaran jasa seperti telepon, pulsa, dan listrik kemudian juga tugasnya mengelola dan melaporkan pemasukan pengeluaran dana.
- d. Team Mikro memiliki fungsi dalam memberikan kegiatan operasional yaitu memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabah. Tugasnya yaitu mencari nasabah, melakukan pemasaran, memberikan pelayanan terhadap nasabah yang ingin menggadaikan kendaraan, menerima berkas, menyurvei, analisis kredit, menagih angsuran apabila ada nasabah yang mengalami kredit macet.

C. Produk PT. Pegadaian (Persero) Cabang Curup

1. Produk Kredit dan Pembiayaan

Pada PT Pegadaian (Persero) memiliki produk kredit dan Pembiayaan sebaga berikut:⁵

a. Kredit Cepat Aman (KCA)

Merupakan sebuah produk gadai yang diberikan kepada seluruh lapisan atau golongan nasabah, baik untuk kebutuhan Konsumtif ataupun kebutuhan Produktif. KCA adalah solusi yang bisa dipercaya guna memperoleh dana pinjaman secara cepat, aman, dan mudah.

Dalam produk KCA ini agar dapat diperoleh oleh nasabah, nasabah hanya membawa agunan baik berupa, perhiasan emas, emas batangan, kendaraan bermotor (mobil, sepeda motor), laptop, *handphone*, dan barang elektronik lainnya

Beberapa keunggulan dari produk KCA :

- Plafon pinjaman dimulai dari Rp 50.000'00 sampai dengan Rp 500.000'00
- Tenor dari pinjaman mulai dari 1 sampai dengan 60 hari serta dapat melakukan perpanjangan tenor.
- Suku bunga pinjaman 0%
- Biaya administrasi ringan
- Proses pinjaman cepat, hanya perlu waktu 15 menit.
- Pelunasan dari pinjaman dapat dilakukan kapan saja.

⁵ <http://SahabatPegadaian.com/Produkpegadaian>

- Pinjaman dana diberikan dalam bentuk tunai.

Syarat dari produk KCA :

- Fotokopi KTP atau identitas resmi.
- Menyerahkan barang jaminan.
- Kendaraan bermotor diwajibkan membawa BPKB dan STNK asli.
- Nasabah menandatangani Surat Bukti Kredit (“SBK”).

b. KCA Bisnis

Sebuah produk yang sering menjadi solusi bagi pebisnis yang memiliki masalah pada pendanaan atau modal yang juga jelas dengan proses sepat, aman, dan mudah.

Keunggulannya sendiri adalah sebagai berikut :

- Plafon pinjaman dimulai dari Rp 100.000’00 sampai dengan Rp 1Milyar.
- Dapat diperpanjang berulang kali.
- Sewa modal mulai dari 0,65% per hari
- Layanan mudah, cepat, dan aman.
- Tidak perlu membuka rekening.
- Uang pinjaman dapat melalui proses pentransferan ke rekening nasabah.
- Nilai taksiran yang lebih besar.
- Dilayani lebih dari 4400 outlet pegadaian.

Persyaratan :

- Biaya administrasi sebesar Rp 100.000’00

- Barang jaminan emas perhiasan atau emas batangan (lantakan).
- Dapat diulang gadai dan mencicil.
- Plafon dari pinjaman 86,5% dari Nilai Taksiran.

c. KRASIDA

Merupakan produk yang dimiliki oleh PT.Pegadaian (persero) dalam kredit angsuran bulanan untuk keperluan konsumtif dan produktif dengan jaminan emas yang menjadi solusi yang tepat guna mendapatkan fasilitas dengan kredit cara cepat, mudah, dan murah.

Keunggulan :

- Pelayanan lebih dari 4400 outlet pegadaian pada keseluruhan wilayah indonesia Indonesia.
- Plafon dimulai dari Rp 1.000.000'00 hingga Rp 250.000.000'00
- Dalam proses mudah dan cepat.
- Dapat memperoleh pinjaman maksimal yaitu 95% dari nilai taksiran agunan.
- Pinjaman dengan sewa modal relatif lebih murah dengan angsuran tetap per bulan
- Pinjaman berjangka waktu fleksibel dengan pilihan mulai dari 6, 12, 24, hingga 36 bulan.
- Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu dengan pemberian diskon untuk sewa modal.

Persyaratan :

- Fotokopi KTP dan Kartu Keluarga.

- Memiliki barang jaminan berupa emas.

d. Kredit Angsuran Sistem Fidusia (KREASI)

KREASI adalah sebuah produk dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada usaha kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia. Sistem fidusia berarti agunannya dari pinjaman sendiri hanya cukup dengan memberikan BPKB dari kendaraan bermotor sehingga kendaraan dari nasabah sendiri masih bisa digunakan untuk menjalankan usahanya.

KREASI merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas yang cepat, mudah, dan murah.

Keunggulan :

- Prosedur pengajuan kredit mudah dengan jaminan BPKB.
- Plafon mulai dari Rp 1.000.000'00 sampai dengan

e. Kreasi Ultra Mikro

Merupakan sebuah produk yang memang terkhusus pada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) dengan sistem angsuran bulanan atau berjangka dengan nominal pinjaman mencapai Rp 10.000.000'00 dan disertai dengan pendampingan.

Keunggulan :

- Barang jaminan atau agunan bisa hanya dengan menggunakan BPKB.
- Plafon pinjaman mulai dari Rp 1.000.000'00 sampai dengan Rp 10.000.000'00

- Sewa modal (flat) bulanan sebesar 1,12% per bulan dengan pilihan 12, 18, 24, 36 bulan.
- Sekali bayar dengan pilihan ,3, 4, ,6 bulan, dengan tenor 3 bulan sebesar 6% tenor 4 bulan sebesar 8%, tenor 6 bulan sebesar 12%.
- Sewa modal (flat) berjangka dengan pilihan angsuran jangka 3 bulanan dalam, 12, 18, 24, 36 bulan dengan sewa modal sebesar 3,86%, pilihan angsuran jangka 4 bulanan dalam 12, 24, 36 bulan dengan sewa modal sebesar 5,47%, pilihan angsuran jangka 6 bulanan dalam 12, 18, 24, 36 bulan dengan sewa modal sebesar 9,17%

Persyaratan :

- Pasfoto nasabah
- Foto KTP nasabah dan pasangan atau keluarga dalam satu Kartu Keluarga.
- Foto Kartu Keluarga.
- Foto jaminan atau agunan.
- Foto usaha.
- Foto tempat tinggal.

f. Kreasi Multi Guna

Memiliki pendamping Kreasi Usaha Mikro, Kreasi Multi Guna adalah fasilitas pegadaian Kreasi Online yang memberikan kemudahan layanan kredit sampai dengan Rp 100.000.000'00 dengan jaminan BPKB kendaraan bermotor untuk keperluan konsumtif.

Keunggulan :

- Jaminan hanya BPKB dari kendaraan bermotor.
- Jumlah plafonpinjaman mulai dari Rp 1.000.000'00 sampai dengan Rp 100.000.000'00
- Sewa modal (flat) 1,5% per bulan mulai dari Rp 1.000.000'00 sampai dengan Rp 10.100.000'00, 1,25% per bulan mulai dari Rp 10.000.000'00 sampai dengan Rp 50.000.000'00, 1,15% mulai dari Rp 50.100.000'00 ampai dengan Rp 100.000.000'00, dengan pilihan 12,18,24, dan 36 bulan.
- Penyaluran pinjaman kepada Karyawan (tetap, Perjanjian Kerja Waktu Tertentu, dan Honorer) serta non Karyawan (Profesional dan Non Formal).
- Pelayanan dari kredit Kreasi Multi Guna dilakukan pada keseluruhan wilayah outlet pegadaian Indonesia dengan cepat.

Persyaratan :

- Warga Negara Indonesia (WNI)
- Berusia minimal 21 tahun dan maksimal 60 tahun.
- Untuk Karyawan atau Non Karyawan dalam masa kerja minimal selama 1 tahun.
- Foto nasabah, Fotokopi KTP nasabah dan pasangan atau Keluarga dalam satu Kartu Keluarga, Fotokopi Kartu Keluarga, Foto barang jaminan (Fisik Kendaraan dan Dokumen kepemilikan).
- Foto Tempat Bekerja.

- Fotokopi Izin Praktek Kerja atau Usaha serta Surat keterangan kerja ataupun sejenisnya.
- Fotokopi Bukti Kepemilikan Tempat Tinggal (khusus pekerja sektor non formal).
- Fotokopi Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) atau rekening listrik, telepon, air (PDAM), khusus pekerja non formal.

g. Amanah

Amanah adalah sebuah fasilitas yang dikeluarkan oleh PT Pegadaian berbentuk pembiayaan dengan hukum-hukum syariah yang terkhusus untuk Karyawan Negeri Sipil dan Karyawan Swasta untuk memiliki kendaraan bermotor dengan cara angsuran.

Keunggulan :

- Proses transaksi berprinsip syariah yang adil dan menenteramkan.
- Proses pembiayaandilayani oleh outlet pegadaian di Indonesia.
- Uang muka dari pembelian kendaraan bermotor mulai dari 10%.
- Memiliki jangka waktu yang fleksibel yaitu mulai dari 12, 18, 24, 36, 48, dan 60 bulan.
- Pegadaian memberikan tarif (“mu’nah”) yang menarik dan kompetitif.
- Pembiayaan dapat diberikan untuk kendaraan bermotor yang baru ataupun yang *second*.
- Prosedur pelayanan sederhana, cepat, mudah.

Persyaratan :

- Karyawan tetap suatu instansi baik pemerintah atau swasta minimal memiliki masa kerja minimal 2 tahun.
- Fotokopi Kartu Keluarga dan KTP
- Fotokopi SK Pengangkatan.
- Fotokopi kartu pengenalan karyawan atau Karpeg.
- Fotokopi surat Nikah (jika ada).
- Slip gaji 2 bulan terakhir.
- Mengisi dan menandatangani formulir.

h. Arum Haji

Produk Arum Haji adalah produk yang memberikan kemudahan dalam pembiayaan Haji serta pendaftaran yang dapat diperoleh oleh nasabah dengan hanya memberikan jaminan emas bernilai Rp 7.000.000'00 dan uang pinjaman sebesar Rp 25.000.000'00 dalam bentuk tabungan haji.

Keunggulan :

- Mendapatkan tabungan haji yang langsung dapat berkegunaan untuk memperoleh nomor porsi haji.
- Emas dan dokumen haji aman tersimpan pada pegadaian.
- Biaya pemeliharaan jaminanterjangkau, jaminan emas dapat dijadikan sebagai biaya pelunasan biaya haji pada saat lunas.

Persyaratan :

- Memenuhi syarat sebagai jamaah haji.
- Fotokopi KTP.

2. Produk Emas

1) Mulia

Mulia adalah produk layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah serta dengan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi salah satu alternatif investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan rukun islam yang terakhir yaitu menunaikan ibadah haji jika mampu, mempersiapkan biaya tidak terduga seperti biaya pendidikan anak, memiliki rumah impian bahkan mungkin idaman dan nyaman.

2) Tabungan Emas

Merupakan sebuah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

3) Konsinyasi Emas

Adalah layanan titipan jual beli emas batangan pada PT. Pegadaian (persero) sehingga membuat investasi nasabah menjadi lebih aman karena diamankan dan disimpan oleh pegadaian keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada nasabah oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

3. Aneka Jasa

1) Multi Pembayaran Online

Multi Pembayaran Online Yaitu sebuah produk yang melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon atau pulsa ponsel,

pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online layanan MPO merupakan sebuah solusi yang dipromosikan oleh PT Pegadaian (persero) dengan metode pembayaran cepat dalam tiap-tiap transaksi nasabah tanpa harus memiliki rekening Bank.

2) Safe Deposit Box

Safe Deposit Box merupakan sebuah jasa penyewaan kotak penyimpanan barang atau surat-surat berharga yang dirancang khusus, keamanan dari barang dan surat-surat berharga terjamin karena ditempatkan dalam ruangan khusus yang kokoh, tahan bongkar, dan tahan api.

3) Jasa Taksiran

Merupakan layanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui kualitas harta perhiasan emas, berlian, dan batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau dari layanan jasa taksiran ini dapat lebih memudahkan masyarakat mengetahui “karatase” dan kualitas suatu barang berharga miliknya, sehingga tidak mengalami kebingungan atas nilai pasti perhiasan yang dimilikinya.

4) Jasa Titipan

Jasa titipan adalah sebuah layanan yang memperuntukkan masyarakat yang ingin menitipkan barang-barang berharga yang dimilikinya seperti, emas, berlian, permata, surat-surat berharga maupun kendaraan bermotor.

5) pegadaian digital Service

pegadaian digital *Service* merupakan suatu aplikasi online yang digunakan pada *smartphone* dengan basis android agar pengguna dari

smartphone ini sendiri dapat melakukan beberapa transaksi dengan mudah tentunya dengan tarif disesuaikan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakterisrik Responden

Pada penelitian ini jumlah darai responden yang digunakan adalah sejumlah 80 responden, di mana responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dengan profil responden di lihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan status perkawinan .

Data yang telah dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner maka diperoleh beberapa data responden yaitu nasabah dari PT Pegadaian(persero) Cabang Curup dan telah diolah menggunakan spss sehingga diperoleh data seperti di bawah in:

Berikut ini merupakan profile responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1

Profile Responden berdasarkan jenis kelamin

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Lak-laki	45	56.2	56.2	56.2
Perempuan	35	43.8	43.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Pada tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi sejumlah 45 orang berjenis kelamin laki-laki dalam peresentase mencapai 56,2% dan 35 orang berjenis kelamin perempuan dalam

persentase mencapai 43,8% dari total keseluruhan sampel sebanyak 80 orang responden.

Berikut adalah profile responden berdasarkan usia:

Tabel 4.2

Profile responden berdasarkan usia

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25-30	26	32.5	32.5	32.5
31-36	8	10.0	10.0	42.5
37-45	20	25.0	25.0	67.5
46-55	15	18.8	18.8	86.2
56-60	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Pada tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan usia mulai dari 25-30 adalah 32,5%, usia 31-36 adalah 10%, usia 37-45 adalah 25%, usia 46-55 adalah 18,8%, usia 56-60 adalah 13,8%, maka berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa usia 25-30 adalah usia yang paling banyak menjadi responden yaitu sebanyak 32,5% atau sebanyak 26 orang dari total 80 responden.

Berikut tabel responden berdasarkan status pernikahan:

Tabel 4.3

Profile responden berdasarkan status pernikahan

STATUS PERNIKAHAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menikah	70	87.5	87.5	87.5
Belum menikah	10	12.5	12.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa status pernikahan dari 80 orang responden adalah 70 orang telah menikah dan sebanyak 10 orang belum menikah dapat di simpulkan berdasarkan tabel di atas bahwa hampir seluruh responden pengguna pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup telah menikah.

Berikut tabel reaseponden berdasarakan pendidikan terakhir:

Tabel 4.4
Profile responden berdasarkan pendidikan terakhir
PENDIDIKAN TERAKHIR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Sekolah	1	1.2	1.2	1.2
SD	3	3.8	3.8	5.0
SMP	16	20.0	20.0	25.0
SMA	23	28.8	28.8	53.8
D1, D2, D3	14	17.5	17.5	71.2
S1	23	28.8	28.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Pada tabel 4.4 menunjukkan berbagai macam tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden mulai dari tidak sekolah sebanyak 1 orang atau 1,2 %, Sekolah Dasar 3 orang atau 3,8%, Sekolah Menengah Pertama 16 orang atau 20%, Sekolah Menengah Atas 23 orang atau 28,8%, D1, D2, D3 14 orang atau 17,5%, Strata 1 23 orang atau 28,8%, maka dari hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa jenjang pendidikan S1 dan Sma menempati posisi dengan jumlah yang sama yaitu 28,8% atau sebanyak 23 orang.

B. Preferensi Nasabah Memilih Pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero)

Cabang Curup

1. Gambaran Per Indikator

a. Preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah

Pada penelitian ini peneliti menggunakan angket yang kemudian diolah melalui uji statistik guna mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah menggunakan pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Indikator Preferensi Nasabah Memilih Pembiayaan syariah Pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup

X	F	F_x	x²	f(x²)
10	4	40	1600	6400
13	2	26	676	1352
14	2	28	784	1568
20	3	60	3600	10800
23	4	92	8464	33856
24	1	24	576	576
26	2	52	2704	5408
27	1	27	729	729
28	1	28	784	784
29	1	29	841	841
30	4	120	14400	57600
31	2	62	3844	7688
32	3	96	9216	27648
33	3	99	9801	29403
34	3	102	10404	31212
35	2	70	4900	9800
36	3	108	11664	34992
37	3	111	12321	36963
38	3	114	12996	38988

39	2	78	6084	12168
40	4	160	25600	102400
41	4	164	26896	107584
42	2	84	7056	14112
43	3	129	16641	49923
44	4	176	30976	123904
45	3	135	18225	54675
46	3	138	19044	57132
47	3	141	19881	59643
48	1	48	2304	2304
50	4	200	40000	160000
Jumlah	80	2741	323011	1080453

Keterangan:

X = Skor masing-masing responden

F = Frekuensi skor responden

fX = Jumlah skor responden

Dari data pada tabel distribusi frekuensi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) cabang Curup di atas untuk mengetahui tingkatannya maka dapat digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Mencari Mean

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M =Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum fx$ =jumlah dari hasil perkalian antara mid point dari masing-masing interval dengan frekuensi.

N =*Number of cases* (banyaknya subjek yang diteliti).

$$M = \frac{2741}{80} = 34,2625 = 34 \text{ (Di Bulatkan)}$$

Maka nilai rata-rata hitung (mean) dari jumlah skor responden yaitu sebesar 34.

2) Mencari Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{1080453}{80}} = \frac{1039,448}{80} = 12,99311 = 13 \text{ (Dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 34 dan nilai standar deviasi = 13 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

$$\text{Sangat Setuju} = M+1.SD$$

$$= 34+1(13)$$

$$= 47$$

$$\text{Setuju} = M+0,5.SD$$

$$= 34+0,5(13)$$

$$= 40,5$$

$$\text{Ragu-Ragu} = M-0.SD$$

$$= 34-0(13)$$

$$= 34$$

$$\text{Tidak Setuju} = M-0,1.SD$$

$$= 34-0,5(13)$$

$$= 27,5$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju} = M-1.SD$$

$$=34-1(13)$$

$$= 21$$

Berdasarkan data di atas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator preferensi Nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.6

Kriteria Indikator Preferensi Nasabah Memilih Pembiayaan syariah

Kualifikasi	Interval
Sangat Setuju	41-47
Setuju	35-40,5
Ragu-Ragu	28-34
Tidak Setuju	22-27,5
Sangat tidak Setuju	<21

Dari kriteria ukur indikator preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup di atas, maka dapat diketahui gambaran per indikator sebagai berikut:

Tabel 4.7

Gambaran Indikator Preferensi Nasabah

No	Jumlah Skor	Kategori
1	10	Sangat Tidak Setuju
2	10	Sangat Tidak Setuju
3	43	sangat setuju
4	37	setuju
5	20	Sangat Tidak Setuju
6	46	sangat setuju
7	28	Ragu-Ragu
8	38	setuju
9	33	Ragu-Ragu
10	23	Tidak Setuju
11	27	Tidak Setuju
12	34	Ragu-Ragu
13	33	Ragu-Ragu
14	44	setuju
15	26	Tidak Setuju
16	36	setuju
17	46	sangat setuju
18	23	Tidak Setuju
19	46	sangat setuju
20	35	setuju
21	30	Ragu-Ragu
22	31	Ragu-Ragu
23	44	sangat setuju
24	37	setuju
25	38	setuju
26	32	Ragu-Ragu
27	14	Sangat Tidak Setuju
28	42	sangat setuju
29	20	Sangat Tidak Setuju
30	48	sangat setuju
31	45	sangat setuju
32	43	sangat setuju
33	30	Ragu-Ragu
34	36	setuju
35	10	Sangat Tidak Setuju
36	32	Ragu-Ragu
37	31	Ragu-Ragu
38	42	sangat setuju
39	44	setuju
40	14	Sangat Tidak Setuju
41	13	Sangat Tidak Setuju
42	39	setuju
43	13	Sangat Tidak Setuju
44	47	sangat setuju
45	47	sangat setuju
46	35	setuju
47	50	sangat setuju
48	45	sangat setuju
49	34	setuju
50	36	setuju
51	20	Sangat Tidak Setuju
52	30	Ragu-Ragu
53	45	Setuju
54	10	Sangat Tidak Setuju
55	33	Ragu-Ragu
56	40	Ragu-Ragu
57	44	sangat setuju
58	50	sangat setuju
59	40	setuju
60	41	setuju
61	43	setuju
62	50	sangat setuju
63	23	Tidak Setuju
64	41	setuju
65	41	sangat setuju
66	32	Ragu-Ragu
67	41	sangat setuju
68	34	Ragu-Ragu
69	30	Ragu-Ragu

70	29	Ragu-Ragu	76	40	setuju
71	26	Ragu-Ragu	77	37	setuju
72	24	Ragu-Ragu	78	50	sangat setuju
73	47	sangat setuju	79	39	setuju
74	40	setuju	80	36	Setuju
75	38	setuju			

Tabel 4.8

Persentase Indikator Preferensi Nasabah Memilih

PREFERENSI NASABAH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	11	13.8	13.8	13.8
tidak setuju	5	6.2	6.2	20.0
ragu-ragu	19	23.8	23.8	43.8
setuju	24	30.0	30.0	73.8
sangat setuju	21	26.2	26.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Berdasarkan data pada tabel 4.8 diatas maka diketahui sebanyak 21 orang atau 26,2 % responden menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 30,0 % rresponden menyatakan setuju, 19 orang atau 23,8 % reponden menyatakan ragu-ragu, 5 orang atau 6,2 % responden menyatakan tidak setuju, dan 11 orang atau 13,8 % responden menyatakan sangat tidak setuju.

b. Faktor-faktor yang berpengaruh

Untuk mengetahui apakah indikator-indikator dalam mempengaruhi preferensi dari nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka data dari hasil penyebaran kuesioner atau skor angket yang diolah melalui uji statistik, hasil dari pengolahan data beberapa indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1) Faktor Sosial (X1)

Pada penelitian ini agar diketahui apakah faktor sosial mempengaruhi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 4.9**Distribusi frekuensi indikator sosial terhadap preferensi nasabah Memilih**

X	f	Fx	x²	f(x²)
9	4	36	1296	5184
10	7	70	4900	34300
11	6	66	4356	26136
12	8	96	9216	73728
13	3	39	1521	4563
14	3	42	1764	5292
15	4	60	3600	14400
16	3	48	2304	6912
17	4	68	4624	18496
18	5	90	8100	40500
19	5	95	9025	45125
20	10	200	40000	400000
21	4	84	7056	28224
22	3	66	4356	13068
23	4	92	8464	33856
24	3	72	5184	15552
25	4	100	10000	40000
Jumlah	80	1324	125766	805336

Keterangan:

X = Skor masing-masing responden

F = Frekuensi skor responden

fX = Jumlah skor responden

Berdasarkan hasil dari tabel distribusi indikator sosial terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup di atas maka dapat ditentukan tingkatannya, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

a) Mencari Mean

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M = Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum fx$ = jumlah dari hasil perkalian antara mid point dari masing-masing interval dengan frekuensi.

N = Number of cases (banyaknya subjek yang diteliti).

$$M = \frac{1324}{80} = 16,55 = 17 \text{ (Di Bulatkan)}$$

Maka nilai rata-rata hitung (mean) dari jumlah skor responden yaitu sebesar 17.

b) Mencari Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{805336}{80}} = \frac{897,4051}{80} = 11,21756 = 11 \text{ (Dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 17 dan nilai standar deviasi = 11 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari faktor sosial terhadap preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

$$\text{Sangat Setuju} = M+1.SD$$

$$= 17+1(11)$$

$$= 28$$

$$\text{Setuju} = M+0,5.SD$$

$$= 17+0,5(11)$$

$$= 22,5$$

$$\text{Ragu-Ragu} = M-0.SD$$

$$= 17-0(11)$$

$$= 17$$

$$\text{Tidak Setuju} = M-0,1.SD$$

$$= 17-0,5(11)$$

$$= 11,5$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju} = M-1.SD$$

$$= 17-1(11)$$

$$= 6$$

Berdasarkan data di atas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.10

Kriteria Indikator Sosial terhadap Preferensi Nasabah Memilih

Kualifikasi	Interval
Sangat Setuju	23-28
Setuju	18-22,5
Ragu-Ragu	12-17
Tidak Setuju	7-11,5
Sangat tidak Setuju	<6

Dari tabel kriteria indikator preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaia (Persero) Cabang Curup maka dapat diketahui gambaran per indikator dalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Gambaran Per Indikator Sosial terhadap Preferensi Nasabah Memilih

No	Jumlah Skor	Kategori
1	25	sangat setuju
2	23	sangat setuju
3	22	setuju
4	21	setuju
5	21	setuju
6	24	sangat setuju
7	17	ragu-ragu
8	21	Setuju
9	18	Setuju
10	19	Setuju
11	10	tidak setuju
12	17	ragu-ragu
13	20	Setuju
14	11	tidak setuju
15	9	tidak setuju
16	10	tidak setuju
17	20	setuju
18	14	ragu-ragu
19	19	setuju
20	20	setuju
21	18	setuju
22	12	ragu-ragu
23	11	tidak setuju
24	13	ragu-ragu
25	11	tidak setuju
26	10	tidak setuju
27	11	tidak setuju
28	24	sangat setuju
29	16	ragu-ragu
30	20	setuju
31	23	sangat setuju
32	12	tidak setuju
33	17	ragu-ragu
34	14	ragu-ragu
35	11	tidak setuju
36	17	ragu-ragu
37	15	ragu-ragu
38	16	ragu-ragu
39	20	setuju

40	18	setuju
41	25	sangat setuju
42	12	ragu-ragu
43	9	tidak setuju
44	10	tidak setuju
45	15	ragu-ragu
46	12	ragu-ragu
47	9	tidak setuju
48	12	ragu-ragu
49	14	tidak setuju
50	23	sangat setuju
51	20	setuju
52	15	ragu-ragu
53	12	ragu-ragu
54	11	tidak setuju
55	12	ragu-ragu
56	13	ragu-ragu
57	12	ragu-ragu
58	22	setuju
59	21	setuju
60	20	setuju
61	19	setuju
62	10	tidak setuju
63	9	tidak setuju
64	10	tidak setuju
65	25	sangat setuju
66	20	setuju
67	25	sangat setuju
68	23	sangat setuju
69	18	setuju
70	18	setuju
71	10	tidak setuju
72	22	setuju
73	13	ragu-ragu
74	20	setuju
75	16	ragu-ragu
76	19	setuju
77	15	ragu-ragu
78	20	setuju
79	19	setuju
80	24	sangat setuju

Tabel 4.12

Persentase Indikator Sosial terhadap Preferensi Nasabah Memilih

FAKTOR SOSIAL

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	19	23.8	23.8	23.8
RAGU-RAGU	23	28.8	28.8	52.5
SETUJU	27	33.8	33.8	86.2
SANGAT SETUJU	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Berdasarkan dari tabel 4.12 diatas maka hasilnya adalah 11 orang atau 13,8% responden menyatakan sangat setuju, 27 orang atau 33,8 %

responden menyatakan setuju, 23 orang atau 28,8 % menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 19 orang atau 23,8 % menyatakan sangat tidak setuju.

Dari presentase indikator sosial terhadap preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup skor untuk **Setuju** lebih tinggi dari pada skor **Ragu-Ragu** serta skor dari pernyataan lainnya dikarenakan memang keseluruhan sependapat bahwa sosial mereka baik orang-orang di sekitar lingkungan rumah atau di dalam rumah mereka sendiri mempengaruhi mereka untuk menggunakan pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

2) Faktor Budaya (X2)

Untuk mengetahui apakah pengaruh budaya terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (persero) Cabang Curup, maka peneliti menyebarkan kuesioner yang kemudian diolah berikut adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.13

Distribusi Indikator Budaya Terhadap Preferensi Nasabah Memilih

X	f	Fx	x²	f(x²)
9	4	36	1296	5184
10	7	70	4900	34300
11	6	66	4356	26136
12	8	96	9216	73728
13	3	39	1521	4563
14	3	42	1764	5292
15	4	60	3600	14400
16	3	48	2304	6912
17	4	68	4624	18496
18	5	90	8100	40500
19	5	95	9025	45125

20	10	200	40000	400000
21	4	84	7056	28224
22	3	66	4356	13068
23	4	92	8464	33856
24	3	72	5184	15552
25	4	100	10000	40000
Jumlah	80	1324	125766	805336

Berdasarkan hasil dari tabel distribusi indikator sosial terhadap preferensi nasabah memilih produk syariaah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup di atas maka dapat ditentukan tingkatannya, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Mencari Mean

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M = Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum fx$ = jumlah dari hasil perkalian antara mid point dari masing-masing interval dengan frekuensi.

N = Number of cases (banyaknya subjek yang diteliti).

$$M = \frac{1295}{80} = 16,1875 = 16 \text{ (Di Bulatkan)}$$

Maka nilai rata-rata hitung (mean) dari jumlah skor responden yaitu sebesar 16.

2) Mencari Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

$$SD = \sqrt{\frac{887735}{80}} = \frac{942,1969}{80} = 11,77746 = 12 \text{ (Dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 16 dan nilai standar deviasi = 12 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

$$\begin{aligned}\text{Sangat Setuju} &= M+1.SD \\ &= 16+1(12) \\ &= 28\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Setuju} &= M+0,5.SD \\ &= 16+0,5(12) \\ &= 22\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Ragu-Ragu} &= M-0.SD \\ &= 16-0(12) \\ &= 16\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Tidak Setuju} &= M-0,1.SD \\ &= 16-0,5(12) \\ &= 10\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Sangat Tidak Setuju} &= M-1.SD \\ &= 16-1(12) \\ &= 4\end{aligned}$$

Berdasarkan data di atas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator preferensi Nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.14

**Kriteria Indikator Budaya terhadap Preferensi Nasabah Memilih
Pembiayaan syariah**

Kualifikasi	Interval
Sangat Setuju	23-28
Setuju	17-22
Ragu-Ragu	11-16
Tidak Setuju	5-10
Sangat tidak Setuju	<4

Dari tabel kriteria indikator preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaia (Persero) Cabang Curup maka dapat diketahui gambaran per indikator dalah sebagai berikut:

Tabel 4.15

Gambaran Per Indikator budaya terhadap Preferensi Nasabah Memilih

No	Jumlah Skor	Kategori
1	25	sangat setuju
2	19	setuju
3	23	sangat setuju
4	24	sangat setuju
5	24	sangat setuju
6	23	sangat setuju
7	19	setuju
8	21	setuju
9	24	sangat setuju
10	15	ragu-ragu
11	10	tidak setuju
12	11	ragu-ragu
13	20	setuju
14	17	setuju
15	15	ragu-ragu
16	10	tidak setuju
17	25	sangat setuju
18	11	ragu-ragu
19	10	tidak setuju
20	20	setuju
21	19	setuju
22	16	ragu-ragu
23	5	tidak setuju
24	21	setuju
25	18	setuju

26	15	ragu-ragu
27	5	tidak setuju
28	14	ragu-ragu
29	18	setuju
30	20	setuju
31	19	setuju
32	10	tidak setuju
33	16	ragu-ragu
34	16	ragu-ragu
35	11	ragu-ragu
36	12	ragu-ragu
37	17	setuju
38	19	setuju
39	21	setuju
40	25	sangat setuju
41	15	ragu-ragu
42	10	tidak setuju
43	5	tidak setuju
44	10	tidak setuju
45	18	setuju
46	10	tidak setuju
47	5	tidak setuju
48	9	tidak setuju
49	18	setuju
50	22	setuju
51	20	setuju
52	15	ragu-ragu
53	10	tidak setuju

54	5	tidak setuju
55	9	tidak setuju
56	11	ragu-ragu
57	13	ragu-ragu
58	25	sangat setuju
59	20	setuju
60	18	setuju
61	25	sangat setuju
62	16	ragu-ragu
63	8	tidak setuju
64	10	tidak setuju
65	15	ragu-ragu
66	20	setuju
67	18	setuju
68	25	sangat setuju
69	12	ragu-ragu
70	19	setuju
71	8	tidak setuju
72	19	setuju
73	23	sangat setuju
74	20	setuju
75	15	ragu-ragu
76	22	setuju
77	15	ragu-ragu
78	20	setuju
79	20	setuju
80	14	ragu-ragu

Tabel 4.16

Kriteria Indikator Budaya Terhadap Preferensi Nasabah Memilih

FAKTOR BUDAYA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TIDAK SETUJU	19	23.8	23.8	23.8
RAGU-RAGU	21	26.2	26.2	50.0
SETUJU	28	35.0	35.0	85.0
SANGAT SETUJU	12	15.0	15.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Berdasarkan pada tabel 4.16 maka sebanyak 12 orang atau 15 % responden menyatakan sangat setuju, 28 orang tau 35 % responden menyatakan setuju, 21 orang atau 26,2 % responden menyatakan ragu-ragu, 19 orang atau 23,8 % menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan dari presentase indikator budaya terhadap preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup maka dapat diketahui bahwa untuk skor **Setuju** lebih tinggi dari skor pernyataan lainnya dikarenakan sejalur dengan keyakinan para nasabah yang mayoritas nasabah pengguna pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup adalah umat beragama Islam.

3) Faktor Promosi (X3)

Pada penelitian ini agar diketahui apakah faktor budaya mempengaruhi preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat dari hasil peneltian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 4.17

Distribusi frekuensi indikator promosi terhadap preferensi nasabah Memilih

X	F	fx	x ²	f(x ²)
5	1	5	25	25
8	1	8	64	64
9	5	45	2025	10125
10	12	120	14400	172800
11	4	44	1936	7744
12	2	24	576	1152
13	2	26	676	1352
14	3	42	1764	5292
15	7	105	11025	77175
16	3	48	2304	6912
17	4	68	4624	18496
18	3	54	2916	8748
19	2	38	1444	2888
20	11	220	48400	532400
21	4	84	7056	28224
22	4	88	7744	30976
23	1	23	529	529
24	4	96	9216	36864
25	7	175	30625	214375
Jumlah	80	1313	147349	1156141

Berdasarkan data dari tabel distribusi indikator budaya diatas maka agar di ketahui tingkatan dari indikator budaya dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

- a) Mencari Mean

$$M = \frac{\sum fx}{N}$$

M =Mean/Rata-rata yang dicari

$\sum \square \square$ =jumlah dari hasil perkalian antara mid point dari masing-masing interval dengan frekuensi.

N = Number of cases (banyaknya subjek yang diteliti).

$$M = \frac{1313}{80} = 16,4125 = 16 \text{ (Di Bulatkan)}$$

Maka nilai rata-rata hitung (mean) dari jumlah skor responden yaitu sebesar 16.

b) Mencari Standar Deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{\sum fx^2}{N}}$$

$$\square\square = \sqrt{\frac{1156141}{80}} = \frac{1074,24}{80} = 13,4405 = 13 \text{ (Dibulatkan)}$$

Setelah diketahui Mean = 16 dan nilai standar deviasi = 13 maka langkah selanjutnya adalah menentukan tingkat indikator dari preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

$$\text{Sangat Setuju} = M+1.SD$$

$$= 16+1(13)$$

$$= 29$$

$$\text{Setuju} = M+0,5.SD$$

$$= 16+0,5(13)$$

$$= 22,5$$

$$\text{Ragu-Ragu} = M-0.SD$$

$$= 16-0(13)$$

$$= 16$$

$$\text{Tidak Setuju} = M - 0,1.SD$$

$$= 16 - 0,5(13)$$

$$= 9,5$$

$$\text{Sangat Tidak Setuju} = M - 1.SD$$

$$= 16 - 1(13)$$

$$= 3$$

Berdasarkan data di atas maka tingkat kriteria untuk mengukur indikator budaya terhadap preferensi Nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.18

Kriteria Indikator promosi terhadap Preferensi Nasabah Memilih

Kualifikasi	Interval
Sangat Setuju	23-29
Setuju	17-22,5
Ragu-Ragu	10-16
Tidak Setuju	4-9,5
Sangat tidak Setuju	<3

Dari tabel kriteria indikator preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaia (Persero) Cabang Curup maka dapat diketahui gambaran per indikator dalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

Gambaran indikator promosi terhadap preferensi nasabah memilih

No	Jumlah Skor	Kategori
1	25	sangat setuju
2	24	sangat setuju
3	24	sangat setuju
4	22	setuju
5	24	sangat setuju
6	24	sangat setuju
7	15	ragu-ragu
8	21	setuju
9	25	sangat setuju
10	17	setuju
11	10	ragu-ragu
12	11	ragu-ragu
13	20	setuju
14	14	ragu-ragu
15	14	ragu-ragu
16	10	ragu-ragu
17	25	sangat setuju
18	11	ragu-ragu
19	10	ragu-ragu
20	20	setuju
21	18	setuju
22	10	ragu-ragu
23	5	tidak setuju
24	15	ragu-ragu
25	13	ragu-ragu
26	10	ragu-ragu
27	20	setuju
28	10	ragu-ragu
29	21	setuju
30	21	setuju
31	25	sangat setuju
32	10	tidak setuju
33	14	ragu-ragu
34	22	setuju
35	9	tidak setuju
36	11	ragu-ragu
37	18	setuju
38	20	setuju
39	20	setuju
40	22	setuju
41	17	setuju
42	22	setuju
43	9	tidak setuju
44	12	ragu-ragu
45	16	ragu-ragu
46	17	setuju
47	9	tidak setuju
48	21	setuju
49	23	sangat setuju
50	25	sangat setuju
51	20	setuju
52	18	setuju
53	11	ragu-ragu
54	9	tidak setuju
55	12	ragu-ragu
56	9	tidak setuju
57	15	ragu-ragu
58	15	ragu-ragu
59	20	setuju
60	15	ragu-ragu
61	16	ragu-ragu
62	10	ragu-ragu
63	8	tidak setuju
64	10	ragu-ragu
65	17	setuju
66	16	ragu-ragu
67	19	setuju
68	10	ragu-ragu
69	15	ragu-ragu
70	20	setuju
71	13	ragu-ragu
72	10	ragu-ragu
73	19	setuju

74	20	setuju	78	20	setuju
75	25	setuju	79	20	setuju
76	25	sangat setuju	80	15	ragu-ragu
77	10	ragu-ragu			

Tabel 4.20

Persentase indikator promosi terhadap preferensi nasabah memilih

FAKTOR PROMOSI

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	8	10.0	10.0	10.0
Ragu-ragu	29	36,2	36,2	86.2
Setuju	32	40.0	40,0	50.0
Sangat setuju	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Berdasarkan pada tabel 4.20 diatas maka dapat diketahui, sebanyak 11 orang atau 13,8 % responden menyatakan sangat setuju, 32 orang atau 40% responden menyatakan setuju, 29 orang atau 36,2 % menyatakan ragu-ragu, sebanyak 8 orang atau 10 % menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan dari persentase indikator promosi terhadap preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup skor dari pernyataan **Setuju** dikarenakan banyak dari nasabah beralasan promosi benar-benar mempengaruhi mereka untuk menggunakan pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dan juga dikarenakan kebanyakan dari pada nasabah pengguna pembiayaan syariah mengetahui tentang pembiayaan syariah dari lingkungan tempat tinggal mereka dan media sosial yang ada.

C. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Perilaku Konsumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan oleh peneliti guna menunjukkan sejauh mana kevalidan atau ketepatan dari semua alat ukur atau (kuesioner). Indikator dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} , pada penelitian ini peneliti menggunakan sampel $(n) = 80$ dan besarnya df dapat dihitung $df = 80 - 2 = 78$. Maka $df = 78$ dengan nilai tingkat kesalahan sebesar 5% diperoleh r_{tabel} sebesar $= 0,2199$.

Dari uji validitas yang dilakukan seluruh pertanyaan variabel X (faktor-faktor) dan variabel Y (preferensi nasabah memilih pembiayaan syariah) yang digunakan dalam koesioner telah memenuhi kriteria karena masing-masing pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu $0,2199$ dengan tarif signifikan $\alpha = 5\%$. Maka dapat disimpulkan seluruh item pada setiap untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ketetapan atau dapat dipercaya. Artinya, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang digunakan dalam penelitian tersebut akan memberikan hasil yang sama meskipun dilakukan oleh siapa dan kapan saja. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Chonbach Alpha lebih dari $0,60 (>0,60)$. Sebagaimana dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.21

Hasil Uji Realibilitas variabel X dan Y

variabel	<i>Cronbach alpa</i>	r tabel	keterangan
Faktor-faktor (X)			
Sosial	0,665	0,60	RELIABEL
Budaya	0,780	0,60	RELIABEL
Promosi	0,689	0,60	RELIABEL
Preferensi Nasabah (Y)	0,730	0,60	RELIABEL

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang dapat digunakan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan analisis *one-sample kolmogorov-smirnov*. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka nilai residual berdistribusi normal, tetapi jika nilai signifikansinya $<0,05$ maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas *one –sample kolmogorov-smirnov test*:

1. Uji normalitas dengan *one –sample kolmogorov-smirnov test*

Tabel 4.22

Uji normalitas *one-sample kolomogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.45330640
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.061
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

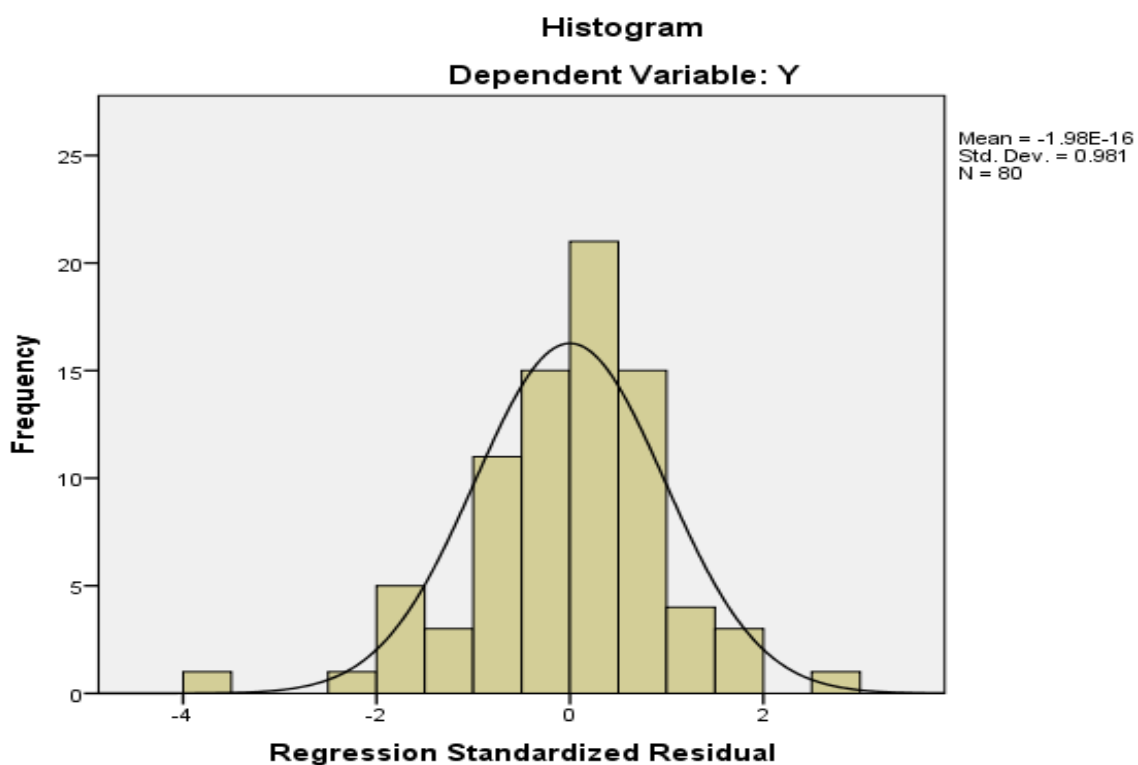
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan uji normalitas dengan *one-sample kolmogorov-smirnov* maka, diketahui nilai *Asymp.sig.(2 tailed)* sebesar 0,200 Dimana dari hasil diatas nilai *Asymp.sig.(2 tailed)* lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel penelitian ini dalam uji normalitas terdistribusi normal.

2. Uji normalitas *charts*

a) Histogram

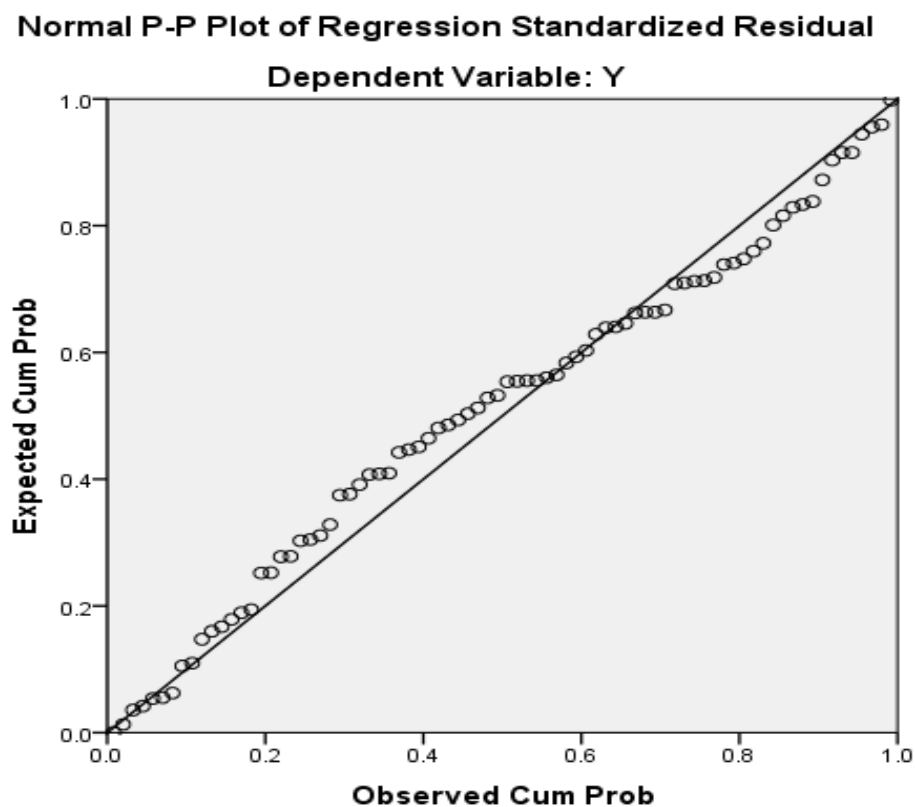
Gambar 4.1



Dengan ketentuan jika gambar yang dihasilkan oleh diagram membentuk suatu pola berbentuk lonceng maka data tersebut terdistribusi normal, pada penelitian ini dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal dikarenakan diagram pada histogram diatas membentuk garis berbentuk lonceng.

b) PP-Plot

Gambar 4.2



Dengan ketentuan jika titik-titik pada diagram membentuk suatu pola mengikuti garis lurus pada diagram maka dapat dikatakan bahwa data pada penelitian tersebut terdistribusi normal, pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram bahwa pola yang terbentuk mengikuti garis lurus maka data tersebut disimpulkan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi yang kuat diantara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi apakah model regresi linear mengalami

multikolinieritas ataupun tidak, dapat diperiksa menggunakan variance inflation factor (VIF) untuk masing-masing variabel independen, yaitu jika suatu variabel independen mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas dan sebaliknya. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Uji multikoleniaritas variabel penelitian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.992	3.198		2.187	.032		
X1	.712	.184	.364	3.872	.000	.841	1.189
X2	.144	.137	.091	1.055	.295	.996	1.004
X3	.754	.171	.415	4.416	.000	.840	1.191

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil dari pengujian uji multikolenieritas terfokus pada kolom *Collinearity Statistics* diatas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari ke tiga (3) variabel independen diatas lebih besar dari 0,1 dan nilai *variance inflation faktor* (VIF) dari ke tiga (3) variabel independen diatas lebih kecil dari 10. Maka dapata disimpulkan bahwa ke tiga variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji Heteroskedastisitas pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Ada dua ketentuan dalam uji Heteroskedastisitas yaitu:

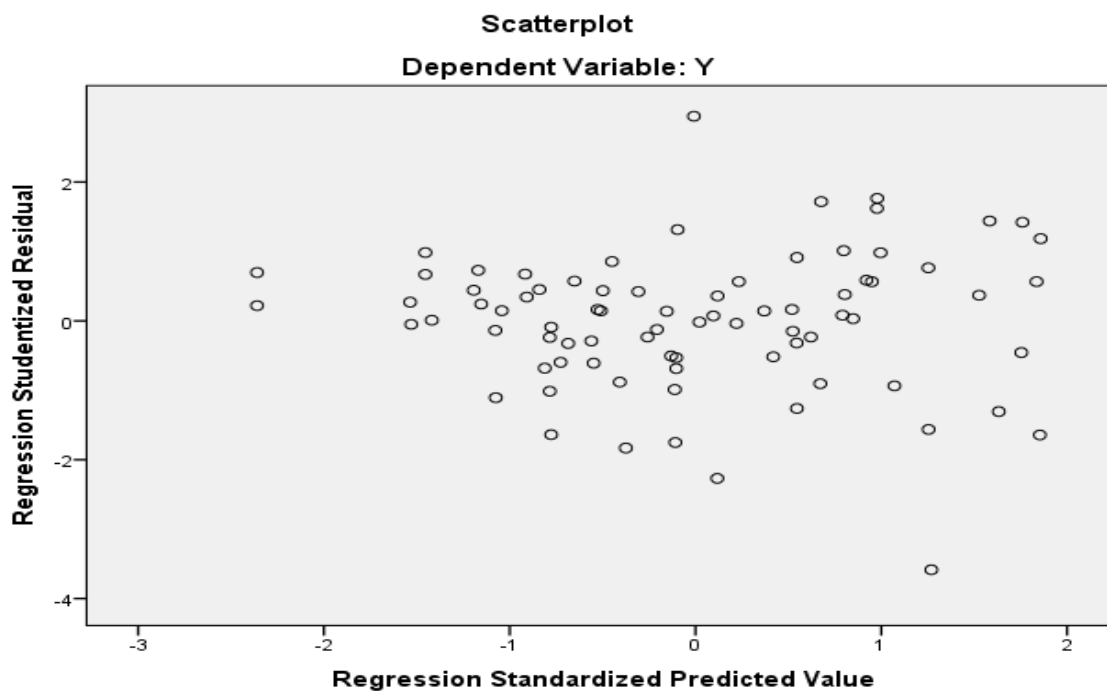
- (a) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- (b) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya terjadi Heteroskedastisitas.

Sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

1. Diagram *scatterplot*

Pada diagram *scatterplot* terdapat ketentuan jika titik-titik pada gambar menyebar dan jauh dari sudut diagonal serta tidak membentuk pola tertentu maka data tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, diagram diatas dapat dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas karena telah memnuhi ketentuan yang ada.

Gambar 4.3



2. Tabel Uji *Glejser*

Tabel 4.24

Uji heteroskedastisitas (*Glejser*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.777	1.979		.392	.696		
X1	.222	.114	.224	1.949	.055	.841	1.189
X2	-.137	.085	-.171	-1.619	.110	.996	1.004

X3	.183	.106	.200	1.732	.087	.840	1.191
----	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Abs_res

Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji Heteroskedastisitas di atas yakni diketahui nilai signifikansi dari ketiga (3) variabel di atas tersebut lebih besar dari 0,05, Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Pada uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni Faktor-faktor (X) terhadap Preferensi Nasabah Memilih Pembiayaan syariah (Y) pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

Berikut dapat dilihat hasil regresi linear berganda:

Tbael 4.25

Uji regresi linear berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.992	3.198		2.187	.032
	X1	.712	.184	.364	3.872	.000
	X2	.144	.137	.091	1.055	.295
	X3	.754	.171	.415	4.416	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil dari data diatas maka diperoleh nilai konstanta (a) dan nilai koefisien regresi (b) yang selanjutnya dapat dibentuk persamaan regresi linea berganda sebagai berikut:

$$Y^* = (6.992) + (0.712) X1 + (0,144) X2 + (0.754) X3$$

$$Y'' = 6.992 + 0.712X_1 + 0.144X_2 + 0.754X_3$$

Hasil regresi menghasilkan garis regresi yang disimbolkan dengan \hat{Y} (dibaca: Y topi atau Y cap), yang berfungsi sebagai Y perkiraan, maka besar persamaan garis regresi tersebut, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= a + bX_i \\ &= 6.992 + 0.712X_i + 0.144X_i + 0.754X_i\end{aligned}$$

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 6.992, karena a dalam garis regresi bertanda positif dengan angka 6.992, maka garis regresi akan memotong sumbu Y di atas origin (0) pada angka 6.992.
- b. Nilai Koefisien Regresi Variabel X
 - 1) Nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel sosial menunjukkan angka sebesar 0.712 yang artinya besaran koefisien faktor sosial terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor sosial meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.712 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial mempunyai pengaruh positif dalam preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.
 - 2) Nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel budaya menunjukkan angka sebesar 0.144 yang artinya besaran koefisien faktor budaya terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT

Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor budaya meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.144 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor budaya mempunyai pengaruh positif dalam preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

- 3) Nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel promosi menunjukkan angka sebesar 0.754 yang artinya besaran koefisien faktor promosi terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor promosi meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.754 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor promosi mempunyai pengaruh positif dalam preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (parsial)

Pada uji parsial memiliki tujuan untuk menguji signifikansi secara parsial variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) yaitu dengan mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat

(dependent). Disini pengambilan keputusan berdasarkan, jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel serta nilai signifikansi lebih kecil dari ketentuan nilainya yaitu sebesar 0,05 maka H_0 tolak dan H_a diterima, sebaliknya jika nilai dari t hitung lebih kecil dari nilai t tabel serta nilai dari signifikansi lebih besar dari ketentuan nilai sebesar 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.26

Tabel *coefeciencs* pengujian t (parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.992	3.198		2.187	.032
X1	.712	.184	.364	3.872	.000
X2	.144	.137	.091	1.055	.295
X3	.754	.171	.415	4.416	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui, Apa bila nilai signifikansi < 0.05 , atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y, dan sebaliknya dengan taraf signifikan 0,05, sehingga diperoleh $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ atau 0,025 (two-tailed) dan degree of freedom (df) dengan ketentuan $df = n - k - 1$ (n = jumlah responden). Sehingga didapat $df = 80 - 3 - 1 = 76$. Dari ketentuan tersebut diperoleh t tabel sebesar 1,992.

Dari tabel di atas dapat diketahui hasil uji t (parsial) adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil dari uji t (parsial) pengaruh antara variabel Sosial (X1) terhadap variabel preferensi nasabah memilih (Y) menunjukkan nilai berlawanan arah dimana nilai t hitung sebesar 3.872 dan t tabel sebesar 1,992 dengan

nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti, H_a diterima H_0 ditolak. Dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel ($3,872 > 1,992$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel independen Sosial (X_1) mempengaruhi variabel dependen preferensi nasabah memilih (Y) secara parsial signifikan, dengan penjelasan saat variabel X (independent) naik sebesar 1 satuan maka variabel Y (dependen) naik 1 satuan.

- 2) Hasil dari uji t (parsial) pengaruh antara variabel Budaya (X_2) terhadap variabel preferensi nasabah memilih (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,055 dan t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti, H_a diterima H_0 ditolak. Dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel ($1,055 < 1,992$) dan nilai signifikansi sebesar $0,295 > 0,05$. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel independen Budaya (X_1) tidak mempengaruhi variabel dependen preferensi nasabah memilih (Y) secara parsial signifikan, dengan penjelasan saat variabel X (independent) naik sebesar 1 satuan maka variabel Y (dependen) turun 1 satuan.
- 3) Hasil dari uji t (parsial) pengaruh antara variabel Promosi (X_3) terhadap variabel preferensi nasabah memilih (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,416 dan t tabel sebesar 1,992 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 berarti, H_a diterima H_0 ditolak. Dikarenakan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,416 > 1,992$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat diketahui bahwa variabel independen Promosi

(X2) mempengaruhi variabel dependen preferensi nasabah memilih (Y) secara parsial signifikan, dengan penjelasan saat variabel X (independent) naik sebesar 1 satuan maka variabel Y (dependen) naik 1 satuan.

b. Uji F (Simultan)

Pada uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel Y. Secara terperinci dapat dijelaskan pada hasil f hitung sebagai berikut:

Tabel 4.27

Tabel *anovaoutput spss*

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2537.020	3	845.673	19.535	.000 ^b
	Residual	3289.968	76	43.289		
	Total	5826.987	79			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Penghitungan nilai f dengan cara yang dilakukan di atas, menunjukkan bahwa nilai statistik f sebesar 19,535. Angka tersebut umumnya disebut pula sebagai nilai f hitung. Uji f adalah membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel untuk melihat apakah variabel X secara bersama-sama berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel Y. Adapun hipotesis yang akan diuji sebagai berikut:

H₀: faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi tidak mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

H_a : faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

Dengan menggunakan derajat kesalahan yang ditolelir sebesar 5% (dibaca: $\alpha = 0,05$), dan arena jumlah observasi sebanyak 80 responden ($n=80$), maka degree of freedom (df) 1 (jumlah seluruh variabel – 1) atau $4-1 = 3$ dan df ($n-k-1$) adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas. Jadi $80-4-1 = 75$, maka diperoleh untuk f tabel sebesar 2,494

Dari penjelasan di atas, didapatlah f hitung sebesar 19,535 dan f tabel sebesar 2,494, artinya nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($19,535 > 2,494$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_0: r=0$ atau H_0 ditolak dan $H_a: r \neq 0$ atau H_a diterima, atau dalam artian variabel X secara bersama-sama berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel Y.

6. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk melihat apakah sumbangan variabel independen (X_1, X_2, X_3) secara serentak terhadap variabel dependen. Jika R^2 sama dengan 0, maka tidak sedikitpun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat, sebaliknya jika sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sempurna. Adapun R^2 diolah menggunakan SPSS 20.0 terlihat pada tabel output berikut:

Tabel 4.28
Uji Determinasi (R)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.435	.413	6.579

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

b. Dependent Variable: Y

Besar hubungan antara variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y) secara serentak yaitu 0.660^a. Jika nilai R mendekati 1 berarti hubungannya semakin kuat. Sebaliknya jika nilai R mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin melemah. Maka bisa disimpulkan bahwa terjadinya hubungan semakin kuat antara variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y) karena $R = 0.660^a$ yang berarti mendekati 1.

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R² sebesar 0,435 atau 43,5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi) terhadap variabel terikat (preferensi nasabah memilih) sebesar 43,5%. Sehingga sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

7. Analisis hasil penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan seluruh populasi yang dijadikan sampel sebanyak 80 responden dengan populasi sampel nasabah yang menggunakan produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup terhitung data terbaru periode bulan 31 agustus 2022. Peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dari sampel tersebut peneliti menggunakan teknik *quota sampling* teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang

memiliki kriteria tertentu sampai jumlah kuota atau jatah yang diinginkan terpenuhi antara lain sebagai berikut:

- a) Usia 25-50 tahun
- b) Jenis kelamin
- c) Status perkawinan telah berkeluarga/belum berkeluarga
- d) Latar belakang pendidikan

Dari beberapa tahapan pengolahan data yang dimulai dari penyebaran kuesioner, pengisian tabulasi data, uji validitas dan reliabilitas, lalu dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik dengan beberapa pengujian lagi didalamnya dan uji regresi hingga uji hipotesis.

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, peneliti menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada nasabah. Data yang diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner di olah atau di uji menggunakan SPSS versi 20.0 untuk mengetahui valid dan reliabel semua indikator variabel penelitian, nilai *corrected item total* lebih besar dari r tabel yakni 0,2199 yang menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel memiliki konstruksi kuat. selanjutnya nilai dari masing-masing nilai *cronbach alpa* > 0.60, sehingga disimpulkan indikator-indikator variabel penelitian ini reliabel.

Hasil yang diperoleh untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Apakah faktor sosial mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup secara parsial (sendiri-sendiri) memperoleh hasil sebagai berikut:
- 1) Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji pengaruh variabel faktor sosial terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup menunjukkan bahwa variabel faktor sosial memiliki $t_{hitung}(3.872) > t_{tabel}(1,992)$ dengan nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari *alpha* 5%. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor sosial pada variabel akidah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, dalam hal ini menunjukkan bahwa sosial dari nasabah yang menggunakan produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero)
 - 2) Dalam analisa regresi linear berganda diperoleh hasil nilai *alpha* 5% dan nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel sosial menunjukkan angka sebesar 0.712 yang artinya besaran koefesien faktor sosial terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor sosial meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.712 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial mempunyai pengaruh positif dalam preferensi

nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

- b. Apakah faktor budaya mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup secara parsial (sendiri-sendiri) memperoleh hasil sebagai berikut:
- 1) Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji pengaruh variabel faktor budaya terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup menunjukkan bahwa variabel faktor budaya memiliki $t_{hitung}(1,055) < t_{tabel}(1,992)$ dengan nilai sig. sebesar 0,295 lebih besar dari α 5%. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor budaya pada variabel akidah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.
 - 2) Dalam analisa regresi linear berganda diperoleh hasil nilai α 5% dan nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variabel budaya menunjukkan angka sebesar 0.144 yang artinya besaran koefisien faktor budaya terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor budaya meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.144 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor budaya mempunyai pengaruh positif

dalam preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

c. Apakah faktor promosi mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup secara parsial (sendiri-sendiri) memperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Hasil uji hipotesis yang diperoleh untuk menguji pengaruh variabel faktor promosi terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup menunjukkan bahwa variabel faktor promosi memiliki $t_{hitung}(4,414) > t_{tabel} (1,992)$ dengan nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari *alpha* 5%. Maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor promosi pada variabel akidah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.
- 2) Dalam analisa regresi linear berganda diperoleh hasil nilai *alpha* 5% dan nilai beta dalam *unstandardized coefficients* variable promosi menunjukkan angka sebesar 0.754 yang artinya besaran koefisien faktor promosi terhadap preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup, maka perilaku konsumen dalam berpreferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup yang dilihat pada variabel faktor promosi meningkat 1 satuan, maka besarnya preferensi adalah sebesar 0.754 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor promosi

mempunyai pengaruh positif dalam preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

- d. Apakah faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup secara simultan (bersama-sama) memperoleh hasil sebagai berikut:

Hasil uji *anovatau* uji F pada tabel 4.26 di dapat F_{hitung} sebesar (19,535) > F_{tabel} sebesar (2,494) yang menunjukkan bahwa indikator Sosial, Budaya, dan Promosi memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

Dalam uji simultan juga menunjukkan hasil perhitungan F_{hitung} dengan nilai 19,535 dengan nilai tingkat signifikan sebesar 0,000^b lebih kecil dari nilai *alpha* sebesar 0,005 atau 5% bahwa ada penolakan H_0 dan menerima H_a , artinya bahwa variabel independent (faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependennya (preferensi nasabah memilih produk syariah).

- e. Analisa Uji Koefisien Determinasi dan besar hubungan antar variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama yaitu sebesar 0,660 dimana terdapat ketentuan, jika nilai R mendekati 1 maka hubungannya semakin kuat, sebaliknya jika nilai R mendekatii 0 maka hubungan yang terjadi semakin melemah. Pada pengujian koefisien determinasi nilai R variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y) pada penelitian ini

adalah sebesar 0,660 yang berarti mendekati 1. Angka dari *R Square* atau koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,435 atau dalam bentuk presentase ditulis dengan 43,5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi) terhadap variabel terikat (preferensi nasabah memilih) sebesar 43,5%. Sehingga sisanya 57,5% adalah sumbangan variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah membahas, menganalisa, dan melihat hasil dari pengolahan data serta pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor sosial, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t_{hitung} yang lebih besar ($>$) dari pada t_{tabel} dengan nilai sebesar $(3,872 > 1,992)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
2. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor budaya, tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t_{hitung} yang lebih kecil ($<$) dari pada t_{tabel} dengan nilai sebesar $(1,055 < 1,992)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,295 > 0,05$.
3. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor promosi, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada Pt Pegadaian (Persero) cabang Curup. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t_{hitung} yang lebih besar ($>$) dari pada t_{tabel} dengan nilai sebesar $(4,416 > 1,992)$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.
4. Berdasarkan uji f simultan atau pengujian pengaruh dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dan signifikansi diperoleh hasil nilai f hitung sebesar 19,535 dan f tabel sebesar 2,494, artinya nilai

f hitung lebih besar dari f tabel ($19,535 > 2,494$). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_0: r=0$ atau H_0 ditolak dan $H_0: r \neq 0$ atau H_a diterima, atau dalam artian variabel X dan dengan nilai signifikansi sebesar ($0,000 < 0,05$) berpengaruh secara bersama-sama dan signifikansi terhadap variabel Y .

5. Diperoleh juga nilai r^2 pada pengujian koefisien determinasi sebesar 0,660 dan R^2 sebesar 0,435 atau 43,5%, hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (faktor sosial, faktor budaya, faktor promosi) terhadap variabel terikat (preferensi nasabah memilih) sebesar 43,5%. Sehingga sisanya 57,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan dari paparan hasil Penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan strategi dalam mengetahui produk apa yang memang sesuai untuk dipasarkan kepada masyarakat dengan mempertimbangkan aspek sosial, budaya, promosi, sementara untuk masyarakat sendiri bisa menjadikan hasil penelitian ini sebagai sumber referensi dan perbandingan dalam memilih produk pembiayaan syariah baik pada Pt pegadaian (Persero) cabang curup atau lembaga keuangan yang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku

- Burhanuddin Susanto, 2008. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*, (Yogyakarta: UII Pres)
- Warkum Sumitro, 2004. *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga-Lembaga Terkait*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Nur Lailah, Dkk, 2013. *Lembaga Keuangan Islam Non Bank*, (Sidoarjo: IAIN Sunan Ampel Press)
- Muhammad Sholikul Hadi, 2003 *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah)
- Isma'il ibn Katsir al-Qurasyi al-Dimasyqi, 2003. *Tafsir al-Qur'an al-Azim, jus 3, terj. Bahrum Abu Bakar*, (Bandung: Sinar baru algensindo)
- Rahmat Syafei, 2006. *Fiqih Muamalah untuk UIN, STAIN, PTAIS dan Umum*, (Bandung: Pustaka Setia)
- Philip Kotler, 1999. *Marketing Management : An Asian Perpektive* (Jakarta: Prenhallindo)
- Mahmudin A. dan Hassan Aedy, 2017. *Metodologi Penelitian Dan Aplikasi*, (Kendari Dan Deepublish).
- M.anang firmansyah, 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA,)
- Andhita Dessy Wulansari, 2016. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Felicha)
- Wiratmaja Sujarweni, 2014. *Metodology penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru)
- Sugiyono, 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (alfabeta bandung)
- Suharsimi Arikunto, 2002. *Manajemen Penelitian Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rikena Cipta)
- Purwanto, 2011. *statistika untuk penelitian*, (pustaka pelajar)
- Imam Ghazali, 2018. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 25,"* (Edisi 9), (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).

Budi Setiawan, 2015. '*Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linier Berganda Dua Variabel Bebas*', (Bogor: Founder OfB4s,)

M.anang firmansyah, 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap & Pemasaran)*, (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA,)

Imam, Ikhwan, dan Ahmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amnah Ummah."

Mulazid, "*Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia.*"

Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D* (Bandung: Alfabeta)

Syantoso, 2008 . "*Tafsir Ekonomi Islam Atas Konsep Adil Dalam Transaksi Bisnis.*"

Surat Keputusan Direksi No. 54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia

Referensi Jurnal/ Skripsi

Pradhanawati, A, 2011. *Potensi dan preferensi terhadap perilaku memilih pegadaian syariah.* , (Jurnal Bisnis dan Manajemen)

Ramadhiniyah Wahyuningtias, 2019. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Nasabah Produk ARRUM BPKB PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah (STUDI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah LANDUNGSARI KOTA MALANG)*

Rizki Asyhari Lubis, 2020. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji (Di PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidimpuan),*

Etta mamng sangadji dan shopia. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis,* Disertai Himpunan Jurnal Penelitian, (Yogyakarta: C.V Andi Offset).

Andespa, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah."

Imam, Ikhwan, dan Ahmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Menabung Nasabah Di Bprs Amnah Ummah."Barna, "(Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim)."

Ramadhiniyah Wahyuningtias *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Nasabah Produk ARRUM BPKB PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah (STUDI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) cabang Syariah LANDUNGSARI KOTA MALANG)*

Rizki Asyhari Lubis, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji (Di PT Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan),*

Novitasari , 2019. "*Implementasi Produk Amanah Pada PT. Pegadaian (Persero) cabang Curup*".

Referensi Al-Qur'an

Alquran, 2014. *Terjemahan ArRahim Surat Albaqarah ayat 283*, (Jakarta: Pustaka Jaya Ilmu)

Referensi Internet

<http://baitsyariah.blogspot.com/2019/02/surah-albaqarah-ayat-280-tafsir-ibnu.html>

<https://tafsirweb.com/1561-quran-surat-an-nisa-ayat-29.html>

<https://tafsirweb.com/1885-quran-surat-al-maidah-ayat-1.html>

<http://SahabatPegadaian.com/Produkpegadaian>

Arsip Pt Pegadaian (Persero) Cabang Curup

Risya larasanti , *brosur produk pembiayaan arum haji*, (PT Pegadaian (Persero)

Arsip,PT Pegadaian (Persero) cabang Curup, PT Pegadaian (Persero) cabang Curup

L

A

M

P

I

R

A

N

KUESIONER PENELITIAN

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Sehubungan untuk memenuhikelengkapan penulisan skripsi, penulis bermaksud melakukan penelitian pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dengan judul "**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk syariah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup**", maka dari itu mengharapkan kesediaan bapak/ibu, saudara/I untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan pendapat serta pengalaman yang dimiliki dan diharapkan dapat memberikan jawaban dengan sejujur-jujurnya.

Atas kesedian dan partisipasi dari bapak/ibu, saudara/I dalam mengisi kuesioner ini penulis ucapkan terimakasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya

Agung Purnama
16631003

DATA RESPONDEN

Nama (*boleh tidak diisi*) :.....

perkerjaan :.....

Mohon untuk member tanda (√) pada kolom tersedia

Status Pernikahan Menikah ()

Belum menikah ()

Berilah tanda ceklist (√) pada kolom tersedia untuk setiap pernyataan data diri

anda

Jenis	Kelamin :	Pendidikan	Terakhir :	()	lain-lain
()	laki-laki	()	tidak sekolah		
()	Perempuan	()	SD/Sederajat		
		()	SMP/sederajat		
Usia :		()	SMA/sederajat		
()	25-30 Tahun	()	Diploma I, II, III		
()	31-36 Tahun	()	Strata I (S1)		
()	37-45 Tahun	()	strata II (S2)		
()	46 -55 Tahun	()	strata III (S3)		
()	56-60 Tahun				

KUESIONER FAKTOR-FAKTOR

Petunjuk pengisian....

Berilah tanda ceklist (√) pada kolom tersedia sesuai pendapat bapak/ibu.

Saudara/i

Kriteria penilaian

Sangat Setuju : SS SKOR 5

Setuju : S SKOR 4

Ragu-Ragu : RR SKOR 3

Tidak Setuju : TS SKOR 2

Sangat Tidak Setuju : STS SKOR 1

A.	Sosial	S	R	T	S
		S	R	S	S
1.	Saya menggunakan produk syariah pada pt pegadaian cabang curup karena rujukan dari (pacar, teman, isteri,suami, dan anak)				
2.	Saya menggunakan produk syariah pt pegadaian cabang curup karena banyak teman-teman yang menggunakan produk syariah pada pt pegadaian cabang curup				
3.	Saya menggunakan produk syariah di pt pegadaian cabang curup karena saya ingin menunjukkan identitas diri saya sebagai kelompok				
4.	Saya menggunakan produk syariah karena membuat saya menjadi lebih bersemangat dalam kehidupan sosial di masyarakat				
5.	Saya memilih produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) CabangCurup karena referensi dari nasabah yang telah menggunakan produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup				
B.	Budaya	S	R	T	S
		S	R	S	S
1.	Saya memilih produk syariah di pt pegadaian cabang curup karena tidak bertentangan dengan				

	agama					
2.	Saya menggunakan produk syariah di pt pegadaian cabang curup karena persepsi terhadap produk syariah menguntungkan					
3.	Saya menggunakan produk syariah di pt pegadaian cabang curup karena bergengsi di masyarakat					
4.	Saya menggunakan produk syariah di pt pegadaian cabang curup karena cepat dan aman					
5.	Saya menggunakan produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup karena saya yakin saya mampu.					
C.	Promosi	S S		R R	T S	S T S
1.	Saya memperoleh informasi produk syariah di pt pegadaian dari tetangga, keluarga, teman, yang berkerja di PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup					
2.	Saya Mengikuti ajakan pegawai pt pegadaian cabang curup untuk menggunakn produk syariah di pt pegadaian cabang curup					
3.	Saya mendapatkan imformasi dari seminar tentang produk syariah di pt pegadaian cabang curup					
4.	Mendapatkan informasi produk syariah pt pegadaian cabang curup dari spanduk atau brosur					
5.	Saya memperoleh informasi tentang produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup dari media online					

**KUESIONER PREFERENSI MEMILIH PRODUK SYARIAH PADA PT
PEGADAIAN (PERSERO) CABANG CURUP**

Petunjuk pengisian....

Berilah tanda ceklist (√) pada kolom tersedia sesuai pendapat Saudara/i

Kriteria penilaian

Sangat setuju	: SS	SKOR 5
Setuju	: S	SKOR 4
Ragu-ragu	: RR	SKOR 3
Tidak setuju	: TS	SKOR 2
Sangat tidak setuju	: STS	SKOR 1

No	Pernyataan responden	S	R	T	S
		S	R	S	S
1.	Saya diajak oleh keluarga saya menggunakan produk syariah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup				
2.	Menggunakan produk syariah di PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup membuat saya menjadi tenang dan nyaman				
3.	saya sering berdiskusi tentang produk syariah di lingkungan tempat tinggal saya				
4.	Produk yang ditawarkan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup menarik				
5.	Pelayanan yang diberikan oleh pihak PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup cukup cepat, mudah, ramah, sopan				
6.	Dengan menggunakan produk-produk syariah dari PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup lebih menguntungkan dari pada produk lembaga lain				
7.	Saya mengetahui landasan hukum dari produk syariah yang ada pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup				
8.	Produk syariah yang ada pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup sama sekali tidak merugikan saya				

9.	PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup selalu terbuka dalam seuruh informasi mengenai produk syariah kepada saya selaku nasabahnya					
10.	Saya puas menjadi nasabah pegadaian dalam segala hal yang menyangkut produk syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup					

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	1	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2
5	5	5	5	4	2	4	4	2	2	3	2	1	4	5	3	3	4	5	5	5	2	2	2	5

Lampiran tabel r

R Tabel df 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876

68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375

91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran Uji validitas

Faktor-Faktor (X)

1. Sosial

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	Faktor Sosial
P1	Pearson Correlation	1	.404**	.231	.421**	.320**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.000	.004	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P2	Pearson Correlation	.404**	1	.173	.432**	.216	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.125	.000	.054	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P3	Pearson Correlation	.231	.173	1	.245	.202	.546**
	Sig. (2-tailed)	.040	.125		.028	.072	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P4	Pearson Correlation	.421**	.432**	.245	1	.205	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.028		.068	.000
	N	80	80	80	80	80	80
P5	Pearson Correlation	.320**	.216	.202	.205	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.004	.054	.072	.068		.000
	N	80	80	80	80	80	80
Faktor Sosial	Pearson Correlation	.741**	.679**	.546**	.685**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

2. Budaya

		Correlations					
		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	Faktor Budaya
PE1	Pearson Correlation	1	.421**	.492**	.040	.588**	.741**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.725	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PE2	Pearson Correlation	.421**	1	.534**	.047	.537**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.676	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PE3	Pearson Correlation	.492**	.534**	1	.280	.664**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.012	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80
PE4	Pearson Correlation	.040	.047	.280	1	.220	.335**
	Sig. (2-tailed)	.725	.676	.012		.050	.002
	N	80	80	80	80	80	80
PE5	Pearson Correlation	.588**	.537**	.664**	.220	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.050		.000
	N	80	80	80	80	80	80
Faktor Budaya	Pearson Correlation	.741**	.748**	.843**	.335**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.808	.819	.454	.234	.546	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT5	Pearson Correlation	.427*	.409*	.375*	.743*	1	.064	.145	.233*	-.124	.034	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.570	.201	.037	.272	.765	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT6	Pearson Correlation	.013	-.060	-.056	.028	.064	1	.655*	.438*	.570*	.619**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.910	.596	.620	.808	.570		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT7	Pearson Correlation	.065	-.173	.019	.026	.145	.655*	1	.677*	.341*	.459**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.564	.126	.866	.819	.201	.000		.000	.002	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT8	Pearson Correlation	.009	-.057	.132	.085	.233*	.438*	.677*	1	.272*	.385**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.934	.613	.244	.454	.037	.000	.000		.015	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT9	Pearson Correlation	-.122	.237*	-.183	-.135	-.124	.570*	.341*	.272*	1	.695**	.367**
	Sig. (2-tailed)	.280	.034	.104	.234	.272	.000	.002	.015		.000	.001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
PERT10	Pearson Correlation	.050	-.171	-.125	-.069	.034	.619*	.459*	.385*	.695*	1	.523**
	Sig. (2-tailed)	.659	.129	.269	.546	.765	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Prefere nsi Nasaba h Memilih	Pearson Correlation	.552*	.440*	.513*	.585*	.619*	.601*	.594*	.593*	.367*	.523**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Lampiran Uji Reliabilitas

Faktor-Faktor (X)

1. Sosial

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	80	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	5

2. Budaya

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	80	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	5

3. Promosi

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	80	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	5

4. Preferensi Nasabah Memilih (Y)

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	80	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	80	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	10

Lampiran Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas *one-sample kolomogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

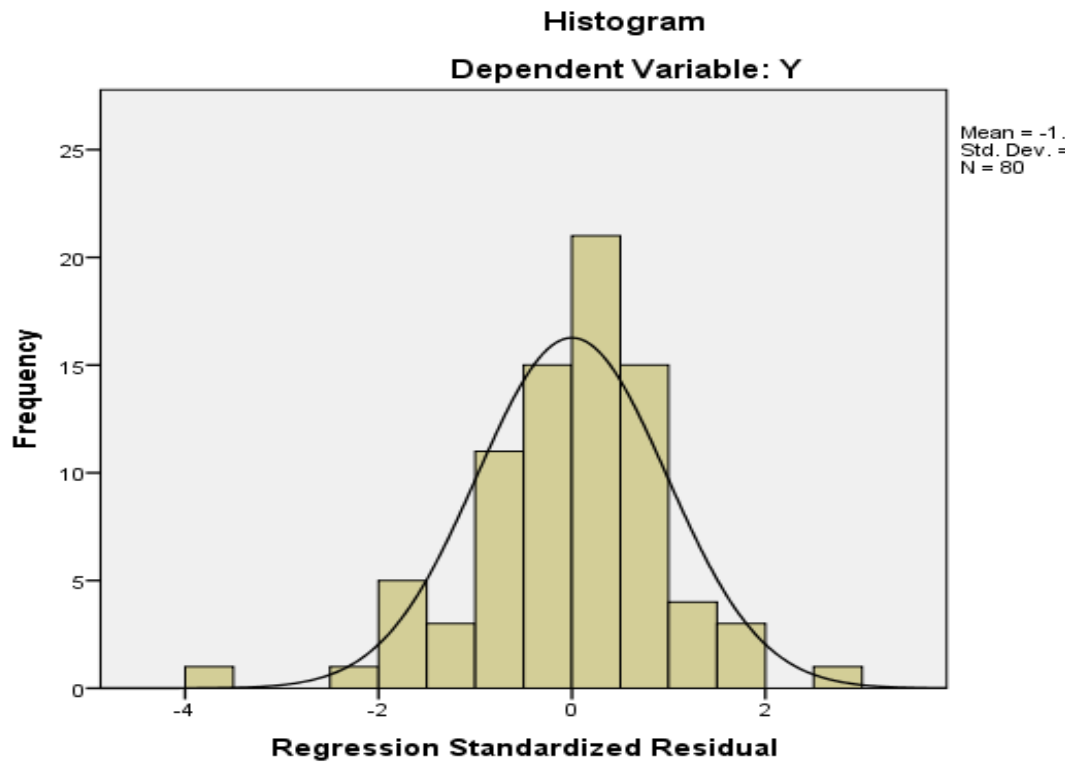
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.45330640
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.061
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

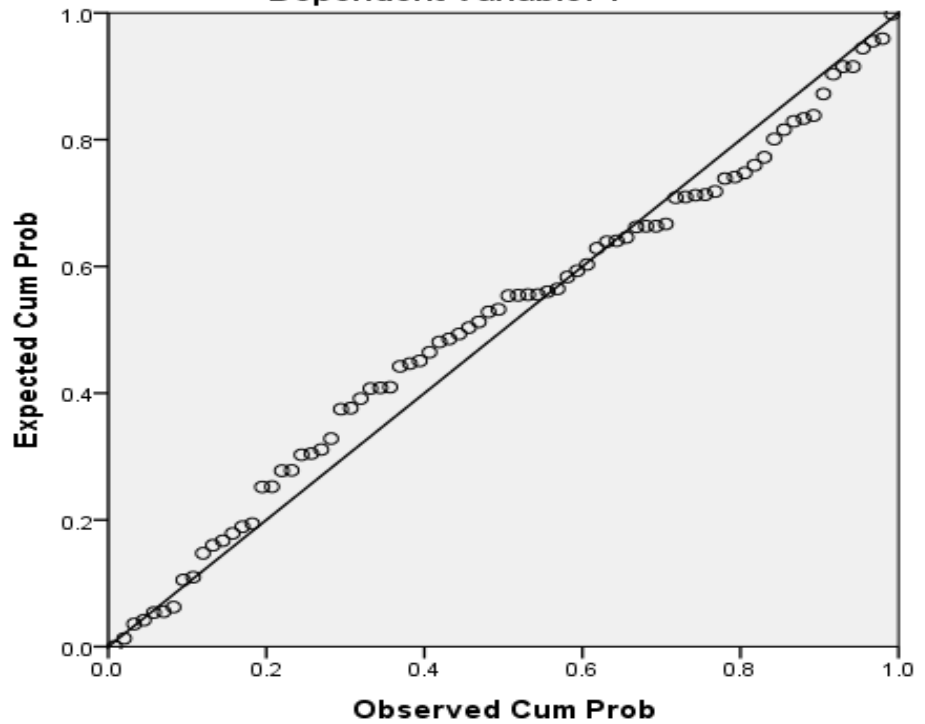
c. Lilliefors Significance Correction.

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



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y



2. Uji Multikolenieritas

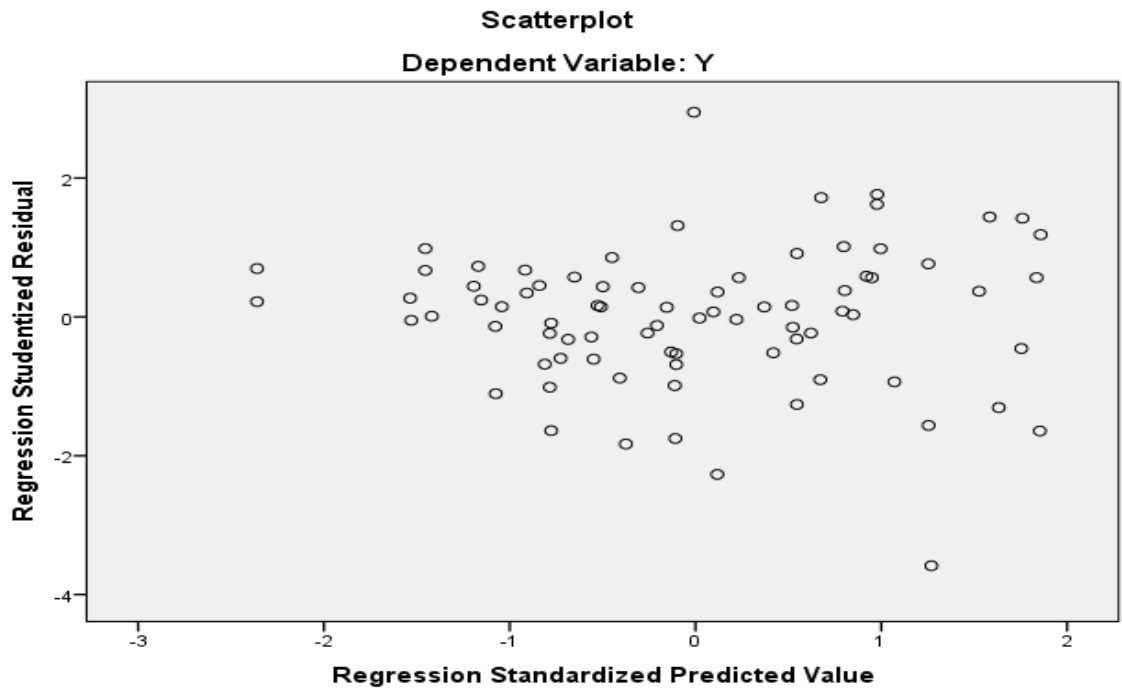
Uji multikoleniaritas variabel penelitian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.992	3.198		2.187	.032		
X1	.712	.184	.364	3.872	.000	.841	1.189
X2	.144	.137	.091	1.055	.295	.996	1.004
X3	.754	.171	.415	4.416	.000	.840	1.191

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas



Uji heteroskedastisitas (*Glejser*)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.777	1.979		.392	.696		
X1	.222	.114	.224	1.949	.055	.841	1.189
X2	-.137	.085	-.171	-1.619	.110	.996	1.004
X3	.183	.106	.200	1.732	.087	.840	1.191

a. Dependent Variable: Abs_res

Lampiran

Uji Regresi Linear Berganda

Regression

[DataSet1] C:\Users\user\Downloads\untuk ibu dan ayah\aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaah\Untitled1.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Promosi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah Memilih

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.435	.413	6.579

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.992	3.198		2.187	.032
	Faktor Promosi	.754	.171	.415	4.416	.000
	Faktor Budaya	.144	.137	.091	1.055	.295
	Faktor Sosial	.712	.184	.364	3.872	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah Memilih

Tabel *coeficiens* pengujian t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.992	3.198		2.187	.032
	Faktor Promosi	.754	.171	.415	4.416	.000
	Faktor Budaya	.144	.137	.091	1.055	.295
	Faktor Sosial	.712	.184	.364	3.872	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah Memilih

Table uji F (simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2537.020	3	845.673	19.535	.000 ^b
Residual	3289.968	76	43.289		
Total	5826.987	79			

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah Memilih

b. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Promosi

Tabel koefisien determinasi (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 ^a	.435	.413	6.579

a. Predictors: (Constant), Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Promosi

Lampiran tabel uji t

Tabel Uji t		
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030
36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021
41	1,683	2,020

42	1,682	2,018	1,663	1,988
43	1,681	2,017	1,663	1,988
44	1,680	2,015	1,663	1,988
45	1,679	2,014	1,662	1,987
46	1,679	2,013	1,662	1,987
47	1,678	2,012	1,662	1,987
48	1,677	2,011	1,662	1,986
49	1,677	2,010	1,662	1,986
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$	1,661	1,986
51	1,675	2,008	1,661	1,986
52	1,675	2,007	1,661	1,985
53	1,674	2,006	1,661	1,985
54	1,674	2,005	1,661	1,985
55	1,673	2,004	1,661	1,984
56	1,673	2,003	1,660	1,984
57	1,672	2,002		
58	1,672	2,002		
59	1,671	2,001		
60	1,671	2,000		
61	1,670	2,000		
62	1,670	1,999		
63	1,669	1,998		
64	1,669	1,998		
65	1,669	1,997		
66	1,668	1,997		
67	1,668	1,996		
68	1,668	1,995		
69	1,667	1,995		
70	1,667	1,994		
71	1,667	1,994		
72	1,666	1,993		
73	1,666	1,993		
74	1,666	1,993		
75	1,665	1,992		
76	1,665	1,992		
77	1,665	1,991		
78	1,665	1,991		
79	1,664	1,990		
80	1,664	1,990		
81	1,664	1,990		
82	1,664	1,989		
83	1,663	1,989		
84	1,663	1,989		

Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$					df1=(k-1)			
df2=(n-k-1)	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199,500	215.707	224,583	230,162	233.986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138

49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082

67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032