



Contents list available at: <https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index/>
Journal of Institution and Sharia Finance
Journal homepage: https://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/sharia_finance



PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN AGAMA TERHADAP LAYANAN GADAI EMAS BANK SYARIAH INDONESIA KCP TOMONI

Nur Hishaly GH, Annisatul Mukhayaroh
Institut Agama Islam Negeri Pare Pare, Pare Pare
Institut Agama Islam Negeri Palopo, Palopo

Article Info	Abstract
<p>Keywords: <i>Product, Service, Religion and Gold Pawn Service.</i></p> <p>Paper type: <i>Research Paper</i></p> <p>*Corresponding author: nurhishalygh@iainpare.ac.id</p>	<p><i>This research discusses the influence of products, services and religion on the gold pawning services of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. This research aims to partially describe the influence of services, products and religion on the gold pawning services of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni; and also describe the influence of services, products and religion simultaneously on the gold pawning services of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. The type of research is quantitative research. The population is customers using the gold pawning service of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Meanwhile, the sampling technique in this research is Quota Sampling with a sample of 77 customers using the Slovin formula. The data collection technique in this research is by distributing questionnaires to respondents. The results of this research show that: 1) The service variable has a positive and significant effect on the gold pawning service of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 2) The product variable has a positive and significant effect on the gold pawning service of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 3) The religious variable has a positive and significant effect on the gold pawning services of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 4) The variables of service, product and religion simultaneously have a positive and significant effect on the gold pawning service of Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.</i></p>

Cite this document:
Hishaly.N.GH., Mukhayaroh. A. (2024). Pengaruh Produk, Pelayanan dan Agama terhadap Layanan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 6 (2). 101-118. <https://doi.org/10.24256/joins.v5i2.3360>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pengaruh produk, pelayanan dan agama terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara parsial pengaruh pelayanan, produk, dan agama terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni; dan juga mendeskripsikan pengaruh pelayanan, produk dan agama secara simultan terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Jenis penelitian adalah penelitian kuantitatif. Populasinya yakni Nasabah pengguna layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Quota Sampling dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin sebanyak 77 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan pembagian koesioner/angket kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 2) Variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 3) Variabel agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. 4) Variabel pelayanan, produk dan agama secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

Keywords: Agama, Pelayanan, Produk, Layanan Gadai Emas

PENDAHULUAN

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

Perbankan syariah tidak hanya menjadi pilihan bagi individu atau perusahaan yang ingin mematuhi prinsip-prinsip syariah, tetapi juga menjadi pendorong utama dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Melalui prinsip bagi hasil dan kegiatan investasi yang berorientasi pada proyek riil, perbankan syariah membantu dalam mendistribusikan dana secara adil dan memberikan akses keuangan kepada segmen masyarakat yang lebih luas, termasuk yang sebelumnya tidak terlayani oleh perbankan konvensional (Syari, 2022).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah lahir di Indonesia sekitar tahun 90-an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998, dalam bentuk sebuah bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau bank Syariah (Gunawan, 2023). Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Selain itu, bank syariah yang dimiliki oleh bank-bank BUMN seperti Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan layanan perbankan syariah ke seluruh pelosok Indonesia. Dengan infrastruktur dan jaringan yang sudah mapan, bank-bank tersebut dapat memberikan akses keuangan yang lebih mudah kepada masyarakat di daerah-daerah terpencil atau yang memiliki akses terbatas terhadap layanan keuangan (Rasbi et al., 2023).

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

keberlanjutan, dan kesejahteraan Bersama (Lingga, 2022).

Penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia pada 1 Februari 2021 merupakan tonggak sejarah penting dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Dengan menyatukan kekuatan dari ketiga bank tersebut, Bank Syariah Indonesia menjadi entitas yang lebih kuat dan mampu memberikan layanan yang lebih lengkap serta jangkauan yang lebih luas kepada masyarakat. Dukungan dari perusahaan induk dan komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN menjadi dorongan bagi Bank Syariah Indonesia untuk bersaing secara global dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional serta kesejahteraan masyarakat. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional. Serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil Aalamiin) (Muhammad, 2022).

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga dibarengi dengan pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah (LKS), yang menjadi bagian penting dalam pembangunan ekonomi berbasis syariah. LKS memiliki peran vital dalam penghimpunan dan penyaluran dana kepada masyarakat sesuai prinsip syariah. Dalam konteks ini, produk seperti gadai syariah, khususnya gadai emas, menjadi alternatif penting bagi masyarakat untuk memperoleh pembiayaan dengan menggunakan emas sebagai jaminan atau agunan. Beberapa bank syariah telah memperkenalkan produk gadai emas ini, memudahkan masyarakat yang ingin melakukan pinjaman dengan agunan emas (Rinaldi (2021). Berdirinya Bank Syariah Indonesia melibatkan penyediaan produk atau layanan apa pun yang dapat disediakan oleh pendirian tersebut untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank syariah di Indonesia berkembang pesat karena penduduknya mayoritas beragama Islam. Hal ini untuk menarik lebih banyak konsumen dengan keuntungan yang ditawarkan, salah satunya adalah produk emas. Menabung emas merupakan cara investasi yang paling sederhana dan menarik minat masyarakat. Selain menabung emas, masyarakat dapat menggadaikan perhiasan atau logam mulia dan kemudian menebusnya dengan uang melalui pegadaian atau perbankan Syariah (Arief, 2020).

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

Rahn, atau gadai emas telah menjadi produk yang penting dalam lembaga keuangan syariah di Indonesia. Hal ini diperkuat dengan adanya Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 yang mengatur prinsip-prinsip gadai emas berdasarkan syariah Islam. Fatwa tersebut memungkinkan penggunaan gadai emas dengan prinsip Rahn, di mana biaya penyimpanan barang menjadi tanggung jawab pegadai, dan biaya-biaya yang dikenakan haruslah berdasarkan pengeluaran yang nyata dan diperlukan. Namun, bank syariah dilarang mengambil keuntungan dari akad Qardh dan Rahn, kecuali untuk biaya-biaya yang nyata diperlukan. Dalam prakteknya, penitipan barang gadai ini juga ditambahkan dengan akad Ijarah (Arisman, 2022).

Rahn dalam konteks gadai emas merupakan fasilitas yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah non-bank. Dalam prosesnya, harta milik peminjam ditahan sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Jika peminjam tidak mampu mengembalikan pinjamannya sesuai dengan kesepakatan, maka barang jaminan tersebut dapat dilelang oleh pihak gadai. Masing-masing lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas gadai emas tentu memiliki pelayanan yang berbeda satu dengan yang lainnya (Rukmanda, 2022).

Pelayanan yang diberikan Bank Syariah merupakan daya tarik tersendiri bagi masyarakat dalam menentukan tempat yang mereka percayai untuk menggadaikan emasnya. Selain memiliki daya tarik sendiri menggadaikan emas di bank syariah akan

mendapatkan biaya titipan gadai yang ringan, nilai taksiran tinggi, proses mudah dan cepat, emas tersimpan aman dan terjamin, perpanjangan otomatis saat jatuh tempo, mendapatkan fasilitas mobile banking dengan ragam layanan yang lengkap antara lain: pembayaran, pembelian, transfer, keuangan, zakat dan infaq (Putra, 2023).

Setelah melakukan observasi pada salah satu bank syariah yang memiliki fasilitas layanan gadai emas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni yang beralamatkan Jl. Trans Sulawesi, Desa Beringin Jaya, Kec. Tomoni, Kab. Luwu Timur. Bank tersebut menyediakan konter Layanan gadai emas syariah yang diresmikan pada hari Rabu 01 September 2021. Konter tersebut melakukan jual beli gadai emas maupun investasi dan cicil emas yang sesuai dengan syariah islam untuk menjalankan bisnisnya dan sudah mempunyai banyak nasabah pengguna layanan gadai emas.

Dalam mengembangkan bisnis gadai emas, penting bagi pemasar untuk memahami perilaku nasabah. Ini termasuk mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku pelanggan potensial. Preferensi nasabah merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keberhasilan pemasaran, karena hal ini mencakup pilihan, kecenderungan, minat, dan kesukaan nasabah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dengan memahami preferensi nasabah, pemasar dapat merancang strategi pemasaran yang efektif dan relevan bagi pasar target mereka (Sari, 2021).

Adanya permasalahan tersebut peneliti menganggap bahwa hal tersebut cukup penting untuk diteliti secara umum dan terfokus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memprioritaskan pilihan mereka kepada lembaga keuangan penyedia layanan gadai emas syariah yang ada pada BSI KCP Tomoni. Maka peneliti mengangkat judul Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah pada layanan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni.

LITERATUR REVIEW

1. Pelayanan (service)

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

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani berarti membantu menyiapkan apa yang diperlukan seseorang. Pelayanan secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Dalam Kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (membantu apa yang diperlukan seseorang). Dalam buku "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan" oleh Lupiyoadi dan Hamdani, terdapat beberapa indikator pelayanan yaitu:

- a. Berwujud (Tangibles), Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya melalui penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang dapat diandalkan serta lingkungan sekitarnya sebagai bukti nyata dari pelayanan yang diberikan.

- b. Keandalan (Reliability), Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan mencakup ketepatan waktu, pelayanan yang konsisten tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akurasi yang tinggi.
- c. Ketanggapan (Responsiveness), Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan dan Kepastian (Assurance) yaitu Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap perusahaan, meliputi komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan.
- e. Empati (Empathy), Memberikan perhatian tulus dan personal kepada pelanggan dengan memahami keinginan mereka. Perusahaan diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelanggan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan.

2. Produk (product)

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

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

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

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

dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan.

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

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

METODE PENELITIAN

A. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Kuesioner atau Angket

Questioner disebut pula angket atau self administrated questioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.¹ Adapun Instrumen daftar pertanyaan dan berupa pertanyaan (berupa isian yang diisi oleh responden), Check list adalah kuesioner yang berisi daftar dan responden hanya perlu memberikan tanda check atau centang (√) pada kolom yang telah disediakan, dan Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi atau disebut sebagai variabel penelitian.²

Untuk kuesioner faktor yang berpengaruh menggunakan alternatif jawaban berupa:

Tabel 3.3 Skala Likert

No	Kategori	Notasi	Skor
1	Sangat Setuju	SS	Nilai 4
2	Setuju	S	Nilai 3
3	Tidak Setuju	TS	Nilai 2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	Nilai 1

¹ (Sidik Priadana, 2021) (2021)

² (Amruddin, 2022) (2022)

2. Dokumentasi

Penggunaan dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data dari sumber dokumen dan rekaman. Dokumentasi digunakan dengan alasan karena sumber ini selalu tersedia dan murah, kaya secara kontekstual, relevan serta mendasar dalam konteksnya.³

B. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika alat tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas kuesioner, kriteria pengujian yang digunakan adalah jika r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$, maka alat ukur tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka item pertanyaan tersebut dianggap tidak valid dan tidak akan disertakan dalam pengolahan data berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama. (Ghozali, 2018)

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data observasi yang merupakan sampel dari populasi. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah data observasi tiap perlakuan berdistribusi secara normal. Hal ini harus dilakukan karena uji F mengasumsikan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan cara analisis grafik dan uji statistik. Analisis secara grafik dilakukan dengan cara mengplotkan residual data pada kertas probabilitas normal. Untuk pengujian normalitas dengan plot residual digunakan nilai residual yang diurutkan dari kecil ke besar dan nilai persentase probabilitas kumulatif (P_k). Setelah diperoleh nilai presentase probabilitas kumulatif maka nilai tersebut diplotkan untuk melihat normalitas data.

b. Uji Multikolinearitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan apakah kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian adalah andal atau tidak. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika, ketika diulang pengukurannya, menghasilkan hasil yang sama.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi mengidentifikasi adanya korelasi antara residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Autokorelasi dapat diuji menggunakan Uji Durbin-Watson (D-W Test), yang digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi serial dalam model regresi atau untuk mengetahui apakah model yang digunakan mengandung autokorelasi di antara variabel-variabel yang diamati.

³ (Sidik Priadana, 2021) (2021)

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik. Heteroskedastisitas adalah kondisi di mana varian residual tidak sama untuk semua pengamatan dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya. Hubungan ini biasanya disampaikan dalam rumus. (Janie, 2012) Untuk memudahkan pengelolaan data, akan dilakukan dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak *Statistical Products and Service Solutions (SPSS)* Dengan persamaan:

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

Keterangan:

Y = Layanan gadai emas

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = koefisien korelasi ganda

X_1 = Pelayanan (variabel bebas)

X_2 = Produk (variabel bebas)

X_3 = Agama (variabel bebas)

e = Error

4. Uji Hipotesis

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

a. Uji Parsial (uji-t)

Uji t digunakan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung < t tabel, maka H_0 diterima. Sebaliknya, jika nilai t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak, dengan tingkat signifikansi 0,05.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk mengamati pengaruh seluruh variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, Maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen, dan sebaliknya. Uji F simultan digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

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

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

2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti semua variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Ibnu Al Saudi Syarifuddin, Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS (Palangkaraya, 2022).

5. Uji koefisien determinasi R^2

Menurut ghozali (2016) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur sejauh mana kemampuan model untuk menerangkan variasi pada variabel dependen. R-squared merupakan lambang dari nilai koefisien determinasi.

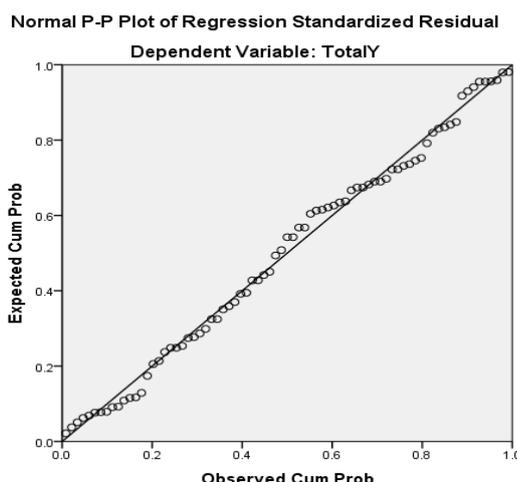
Apabila nilai R^2 mendekati 1 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel kontrol mampu mempengaruhi variabel dependen namun sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel bebas dan variabel kontrol tidak mampu mempengaruhi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara analisis grafik. Analisis secara grafik dilakukan dengan cara mengplotkan residual data pada kertas probabilitas normal. Untuk pengujian normalitas dengan plot residual digunakan nilai residual yang diurutkan dari kecil ke besar dan nilai persentase probabilitas kumulatif (Pk).



3

Dari Plot diatas dapat diketahui bahwa nilai residual data menyebar mengikuti garis regresi dan tidak terdapat adanya data outlier sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Dari hasil uji multikolinearitas, penelitian ini menunjukkan bahwa toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) telah dihitung untuk setiap variabel independen. Nilai toleransi yang lebih dari 0,10 dan VIF yang kurang dari 10 menunjukkan tidak adanya masalah multikolinearitas dalam model regresi.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.420	1.539		-2.221	.029		
	TotalX1	.153	.041	.277	3.728	.000	.839	1.191
	TotalX2	.300	.049	.457	6.106	.000	.829	1.207
	TotalX3	.271	.063	.344	4.299	.000	.726	1.378

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Pada Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Tolerance dari variabel X1=0.839, X2=0.829 dan X3=0.726 semua nilai tersebut diatas angka 0.1. Sementara nilai VIF X1=1.191, X2=1.207 dan X3=1.378 yang mana semua angka tersebut dibawah angka 10. Berdasarkan hasil nilai Tolerance dan VIF tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi ini **tidak terdapat gejala multikolinieritas**.

c. Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini menggunakan uji Autokorelasi yang dapat diketahui melalui Uji Durbin-Watson (D-W Test), uji Autokorelasi menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.813 ^a	.661	.647	.817	1.928

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai Durbin Watson = 1.928. Nilai Table dw pada n=77 dan k=3 yaitu D1=1.5502 dan Du=1.7117. Sebagaimana pengambilan keputusan pada uji autokorelasi bahwa jika nilai Durbin watson 1.928 lebih dari nilai Du 1.7117 dan lebih kecil dari 4-Du = 2.2883 maka **tidak terjadi autokorelasi**.

d. Uji Heterosdastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Pada penelitian ini uji Heterosdastisitas menghasilkan hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.240	.836		-1.483	.142
	TotalX1	.016	.022	.090	.730	.467
	TotalX2	.040	.027	.187	1.515	.134
	TotalX3	.025	.034	.095	.718	.475

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Pada tabel diatas dapat dilihat nilai Sig untuk X1=0.467, X2=0.134 dan X3=0.475. Semua nilai tersebut lebih dari 0,05 artinya **tidak terdapat gejala Heteroskedastisitas.**

2. Analisis Regresi Linear

Regresi linier dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen. Pada penelitian ini menghasilkan hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.420	1.539		-2.221	.029		
	TotalX1	.153	.041	.277	3.728	.000	.839	1.191
	TotalX2	.300	.049	.457	6.106	.000	.829	1.207
	TotalX3	.271	.063	.344	4.299	.000	.726	1.378

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Pada tabel diatas dapat diketahui model regresi yang didapatkan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -3.420 + 0.153X_1 + 0.300X_2 + 0.271X_3$$

Interpretasi:

- a. Jika variabel X dianggap konstan maka nilai Preferensi Nasabah sebesar -3.420
- b. Setiap Kenaikan satu nilai pada Faktor Pelayanan maka akan meningkatkan sebesar 0.153 Preferensi Nasabah
- c. Setiap Kenaikan satu nilai Faktor Produk maka akan meningkatkan sebesar 0.300 Preferensi Nasabah
- d. Setiap Kenaikan satu nilai Faktor Agama maka akan meningkatkan sebesar 0.271 Preferensi Nasabah.

3. Uji Hipotesis

- a. Uji parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini, Uji persial (Uji t) menghasilkan hasil sebagai berikut:

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.420	1.539		-2.221	.029		
	TotalX1	.153	.041	.277	3.728	.000	.839	1.191
	TotalX2	.300	.049	.457	6.106	.000	.829	1.207
	TotalX3	.271	.063	.344	4.299	.000	.726	1.378

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Nilai t tabel dengan $db=0,05/2$; $n-k-1$ dimana $n=77$ dan $k= 3$ sehingga nilai t tabel yang didapatkan yaitu 1.99300 dan kesimpulan Uji Parsial sebagai berikut:

- a. Variabel X1 (Faktor Pelayanan) dengan t hitung sebesar $3.728 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Pelayanan berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah
 - b. Variabel X2 (Faktor Produk) dengan t hitung sebesar $6.106 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Produk berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah
 - c. Variabel X3 (Faktor Agama) dengan t hitung sebesar $4.299 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Agama berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah.
4. Uji Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05. Pada penelitian ini menghasilkan hasil uji simultan (uji f) sebagai berikut:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.841	3	31.614	47.397	.000 ^b
	Residual	48.691	73	.667		
	Total	143.532	76			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

Pada tabel diatas dapat nilai Sig sebesar $0.000 < 0,05$ artinya secara simultan variabel Faktor Pelayanan, Faktor Produk dan Faktor Agama berpengaruh terhadap Preferensi Nasabah.

5. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi (r^2). Pada penelitian ini menghasilkan hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.813 ^a	.661	.647	.817

Sumber: diolah dengan SPSS Versi 21

%%Nilai R Square yang didapatkan sebesar 0.661 artinya variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Faktor Pelayanan, Faktor Produk dan Faktor Agama dapat menjelaskan Variabel Terikatnya yaitu Preferensi Nasabah sebesar 66,1%. Sisanya sebesar 33,9% dipengaruhi oleh variabel bebas lain diluar penelitian ini.

A. Pembahasan

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

Pelayanan merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Pelayanan yang baik dan responsive akan menimbulkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat Preferensi nasabah dalam memilih layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hal ini didukung oleh tingkat signifikansi yang sangat kecil, yaitu $0,000 < 0,05$, serta nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel, yaitu $6,106 > 1,993$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas di bank tersebut.

Sejalan dengan penelitian Rayhanil Jannah menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli. Jannah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli). (2022)" Dalam penelitian Minta Sari juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap preferensi nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan menggunakan produk pembiayaan gadai emas. Minta Sari, "Analisis Preferensi Nasabah Terhadap Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sadabuan, 2021."

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

Semakin baik kualitas produk pada gadai emas maka akan semakin tinggi Tingkat preferensi nasabah untuk memilih layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan layanan ini. Jadi dapat disimpulkan pengaruh produk terhadap preferensi nasabah di BSI KCP Tomoni berdasarkan tabel hasil uji-T, nilai t hitung $>$ t tabel dengan t hitung sebesar $6.106 >$ t tabel yang sebesar 1.99300 maka dapat dikatakan bahwa secara parsial Variabel Faktor Produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni dan hasil signifikan variabel produk (X2) adalah $0,000 < 0,05$.

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

Sigli.Jannah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli), 2022."

3) Pengaruh Agama pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Faktor agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni karena tingkat religiusitas individu berperan penting dalam memengaruhi preferensi nasabah. Preferensi nasabah terhadap layanan ini seringkali dipengaruhi oleh keyakinan mereka bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan ajaran agama mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah dalam memilih layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Tingkat religiusitas individu dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi preferensi nasabah. Hal ini didukung oleh hasil uji-t, di mana nilai t hitung sebesar 4.299 lebih besar dari t tabel (1.99300), dan nilai signifikansi (Sig) sebesar $0.000 < 0,05$. Oleh karena itu, secara parsial, variabel faktor agama berpengaruh terhadap preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muliani Putri yang menyatakan bahwa faktor *religious* diartikan sebagai tahap hidup seseorang muslim dalam memperoleh harta yang halal, serta dorongan untuk memilih keputusan yang benar dalam hal berbisnis atau bermuamalah yang dalam hal ini adalah menggadai emas. Bermuamalah yang sesuai syariah untuk mendapatkan ketenangan pribadinya baik lahiriyah atau batiniah. Faktor ini merupakan faktor dominan yang mempengaruhi nasabah gadai emas di Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang.⁴ Penelitian yang dilakukan oleh Rayhanil Jannah juga menyatakan bahwa faktor Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Sigli.Jannah, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli). 2022"

4) Pengaruh Pelayanan, Produk, dan Agama pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pelayanan, produk, dan agama memiliki pengaruh yang sangat signifikan pada preferensi nasabah dalam memilih layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Semakin tinggi tingkat pemahaman dan kemampuan bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah dengan memperhatikan faktor-faktor ini, semakin besar peluang bank untuk memperoleh preferensi dari nasabah. Berdasarkan hasil uji simultan (uji-f), nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$, yang artinya secara bersama-sama variabel faktor pelayanan, produk, dan agama berpengaruh terhadap preferensi nasabah. Hasil nilai f hitung sebesar 47.397 juga lebih besar dari f tabel (2.73), menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap preferensi nasabah.

⁴ Muliani Putri, "Preferensi Masyarakat Terhadap Produk Gadai Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Unit Gadai Emas Cabang Kota Pinang), 2022"

Dengan demikian, diharapkan Bank Syariah Indonesia mengutamakan peningkatan dalam pelayanan, produk, dan aspek religiusitas yang baik untuk memastikan nasabah merasa puas dan nyaman saat melakukan transaksi. Hal ini diharapkan dapat mempengaruhi peningkatan jumlah preferensi nasabah setiap tahunnya, sehingga nasabah tidak beralih ke perusahaan lain dan tetap mempercayakan layanan gadai emas kepada Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Sebagai bank berlabel syariah di Luwu Timur, Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni memberikan kepercayaan kepada penduduk Muslim dengan menawarkan layanan tanpa riba, yang seharusnya dapat memberikan kepercayaan dan kepuasan ekstra kepada nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah pada layanan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel X1 Faktor Pelayanan berpengaruh secara parsial pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t hitung sebesar $3.728 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$
2. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Variabel X2 Faktor Produk berpengaruh secara parsial pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t hitung sebesar $6.106 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 dan nilai signifikan sebesar $0.000 < 0,05$.
3. Berdasarkan analisis hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Variabel X3 Faktor Agama berpengaruh secara parsial pada layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni. Hal tersebut dapat diperhatikan dari nilai t hitung sebesar $4.299 > t$ tabel yang sebesar 1.99300 dan Signifikas 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 47.397 dan f tabel sebesar 2.73, artinya nilai f hitung lebih besar dari f tabel. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa $H_0: r=0$ atau H_0 ditolak dan $H_0: r \neq$ 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.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pelayanan, Produk, dan Agama memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial maupun simultan terhadap preferensi nasabah terhadap layanan gadai emas Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo. Yogyakarta, 2015.
- Amruddin, Dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sukoharjo, 2022.
- Arif, Mohammad Sony Zakiyuddin. "Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas

- Pegadaian.” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8, no. 2 (2020): 472–423.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/32397>.
- Arisman, Fernando Jhody. “Analisis Strategi Pemasaran Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KC Payakumbuh,” no. 8.5.2017 (2022): 25. www.aging-us.com.
- Bagas Junindra Putra. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Semarang Banyumanik. Journal of Engineering Research*. Semarang, 2023.
- Bergita Sitti Mangko, Muhammad Yusuf Saleh Seri Suriani. *Preferensi Konsumen Dalam Berbelanja*. Makassar, 2021.
- Dandi Gunawan, Atika. “Implementasi Prosedur Pembiayaan Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Setia Budi” 3, no. 2 (2023): 903.
<file:///C:/Users/ACER/Downloads/4037-10885-1-PB.pdf>.
- Devi, Fuad Mas’ud danHelsa Annisa. “Preferensi Nasaba Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Jawa Tengah).” *Jurnal Studi Manajemen Organisasi* 18, no. 1 (2021): 31. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v18i1.38586>.
- Ghozali, I. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ghozali, Imam. *Processing Data Penelitian Menggunakan SPSS. E-Book*. Vol. 1, 2018.
- Indra, Fadhila Audi Ubay dan Ahmad Perdana. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Hasanah Card Sebagai Kartu Kredit Study Kasus BSI KCP Krakatau Produk Yang Dijual Atau Ditawarkan Oleh Bank ”.” *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 3.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, 2019.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang University Press. Semarang, 2012.
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012).
- Jannah, Rayhanil. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli),” 2022.
- Julina. *Perilaku Religiusitas Konsumen. Repository.Uin-Suska.Ac.Id*. Jawa Timur, 2019.
http://repository.uin-suska.ac.id/70147/1/BUKU_Religiusitas_Konsumen_Berdasarkan_Perspektif_Islam.pdf.
- K, Amiruddin. *Gadai Syariah Kontemporer*. Samata, Gowa, 2020. <http://ebooks.uin-lauddin.ac.id/>.
- Lingga, Ahmad Firdaus. “Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI).” *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* “Analisis Potensi Kelas Menengah Muslim Indonesia Sebagai

Pasar Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) 2 (2022): 3365–66.

M.S. Al Farisi. “Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk.” *Jmbk* 1, no. 02 (2020): 60–75.

Meidinah Munawaroh, Dkk. *Regulasi Dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta, 2019. [http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/1778/1/Regulasi dan Implementasi Pegadaian_Jefry%20 dkk.pdf](http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/1778/1/Regulasi%20dan%20Implementasi%20Pegadaian_Jefry%20dkk.pdf).

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

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

Purnama, Agung. “Agung Purnama.” *Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah Pada PT Pegadaian (PERSERO) Caban Curup*, 2023.

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

Rasbi, M., Ginanjar, M., Tahir, A., Ali, L. A., (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan, Dan Diskon Dompnet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pascasarjana Iain Palopo. *Keuangan Syariah*, 01(02), 2. b <https://doi.org/10.35905/moneta.v2i2.8920>

Rifa’i, Khamdan. “Membangun Loyalitas Pelanggan.” *Zifatama Publisher*, 2019, 26–27. [http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU MEMBANGUN LOYALITAS PELANGGAN OLEH Dr. KHAMDAN RIFA’I%2C SE.%2CM.Si.pdf](http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU%20MEMBANGUN%20LOYALITAS%20PELANGGAN%20OLEH%20Dr.%20KHAMDAN%20RIFA%27I%2C%20SE.%2CM.Si.pdf).

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

Riska. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Luwu,” 2022.

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

Sahir, Syafrida Hafni. *Metodologi Penelitian*. Medan, 2022.

Sidik Priadana, Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2021.

Syari, Melinia. “Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Kedotan),” 2022, 20.

Syarifuddin, Ibnu Al Saudi. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Palangkaraya, 2022.

Wawan, Rilla Pariska. “Pengaruh Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah Padabank Syariah Indonesia Kcp Tomoni Luwu Timur,” 2022.