

**PENGARUH NILAI TAKSIRAN, *UJRAH*, LOKASI, PROMOSI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS
SYARIAH
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**RIZKA AYUNDA PUTRI
NIM: 15820140**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH NILAI TAKSIRAN, *UJRAH*, LOKASI, PROMOSI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN GADAI EMAS
SYARIAH
(Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

RIZKA AYUNDA PUTRI
NIM: 15820140

DOSEN PEMBIMBING:
JAUHAR FARADIS, S.H.I., M.A.
NIP: 19840523 201101 1 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**









MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Jika Mereka Bisa, Kenapa Saya Tidak

Cintai Apa Yang Kamu Lakukan

Jangan menunggu untuk bisa mendapatkan sesuatu, DO IT

WELL and YOU GOT IT!

-Rizka Ayunda Putri-

"Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

-(QS.94:6)-



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya ini kupersembahkan teruntuk Ayahanda dan Ibunda Tercinta, Terkasih, Tersayang. Dua Orang yang Paling Berharga Dalam Hidupku Ayahanda Sutaji (alm) dan Ibunda Desni Hartati, yang Tidak Pernah Mengeluh Lelah, Sakit, dan Susah kepada Anak-anaknya, yang Tidak Henti-hentinya Mendoakan yang Terbaik, Selalu Memberikan Kasih Sayang Tulus yang Tidak Ternilai Harganya, serta Selalu Memberikan Motivasi dan Dukungan yang Luar Biasa Sampai Saat Ini.

Teruntuk supporter tersayang, Syarifah Ulfa Putri dan M. Iqbal Rafiqi

Teruntuk keluarga besar, sahabat, dan penyemangat yang selalu mendoakan, mengingatkan dan memotivasiku hingga saat ini

Teruntuk orang-orang yang pernah, sedang, dan akan hadir memberi warna dalam hidupku

Dan Teruntuk Almamater tercinta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

“Terimakasih”

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf atau kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Śā'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

مَدَدَعْتَم	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
مَدَّع	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Ta'Marbuttah*

Semua ta' marbuttah ditulis dengan h, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang "al"). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

مَكِد	Ditulis	<i>Hikmah</i>
مَلَاء	Ditulis	<i>'illah</i>
عَابِلُولَا مَمْرَك	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
ل ع ف	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ر ك ز	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
ب ه ذ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
آ يها ج	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
آ ي سن ت	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
م ير ك	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
ض و ر ف	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
م ك ن ي ب	Ditulis	<i>Bainakum</i>

2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
لَوْف	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Aposotrof

مَتْنًا	Ditulis	<i>a'antum</i>
تَدْعَا	Ditulis	<i>u'iddat</i>
مَتْرِكْتُمْ نَتًا	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

نَارِقْلًا	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
سَائِقِلًا	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah maka ditulis sesuai dengan huruf pertama Syamsiyyah tersebut

عَامَسَلًا	Ditulis	<i>As-sama'</i>
سَمَسَلًا	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أَهْلُ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur Alhamdulillah atas rahmat, nikmat, karunia, dan hidayah yang diberikan Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya sholawat beserta salam senantiasa tetap turunkan keharibaan Nabi Besar Muhammad SAW. Beliau adalah nabi yang patut kita teladani akhlaqnya sampai datangnya hari kiamat. Semoga kita semua dapat mengikuti teladan beliau, aamiin.

Skripsi ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tiada kebahagiaan yang terkira kecuali akhir yang manis dari sebuah proses dan perjuangan. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penulis selesaikan sendiri, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, Ph. D, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Yogyakarta.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beliau merupakan dosen yang telah banyak membantu mahasiswa-mahasiswinya dalam banyak hal. Dosen yang paling baik, pengertian, paling terbuka dan selalu membantu mahasiswanya mencari jalan keluar atas segala permasalahan akademik yang dihadapi. Terimakasih Bapak, semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.

5. Bapak Farid Hidayat, S.H.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Jauhar Faradis, S.H.I., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, perbaikan dengan penuh kesabaran serta memberi dukungan dari awal proses skripsi sampai tahap akhir skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta terkhusus program studi perbankan syariah yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.
8. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Ayahanda (Sutaji) dan Ibunda (Desni Hartati) serta keluarga tercinta yang sabar mendidik, menyayangi, memberikan cinta, menasehati, memberikan doa, motivasi, dukungan secara moril maupun materil, dan kasih sayang yang terbaik. Semoga Allah senantiasa menyayangi dan melindungi orang terhebat dalam hidup saya ini. Aamiin.
10. Adik kakak Syarifah Ulfa Putri dan M. Iqbal Rafiqi yang selalu memberi semangat, *support*, dan menjadi tempat curhat terbaik kakak. Semoga Allah senantiasa menyayangi dan melindungi kalian. Aamiin.
11. Kak Diyah orang pertama yang menemani naik pesawat, wanita yang baik hatinya, solehah, dan selalu memikirkan orang lain. Tek Eti, Tek Dedek, dan Man Aik yang menemani dengan sabar, menyambut ketika pertama kali menginjakkan kaki di Yogyakarta, dan mengajarkan banyak hal positif. Terimakasih atas kesabaran, dan semua kebaikan yang telah diberikan selama ini. Semoga Allah senantiasa memberikan rahmat, rezeki, dan melancarkan segala urusan orang-orang baik seperti kalian. Aamiin.
12. Zaenal Abidin yang selalu mendukung, menemani melalui jarak, dan memberi semangat yang tiada henti dalam penyelesaian skripsi ini sampai tahap akhir.

13. Sahabat FERFI, Fitri Handayani, Enno Eriya Putri, Fitria Sahidatul Hasanah, dan Melisa Saskia selaku sahabat yang senantiasa menemani dan memberi *support* dari masa MTS hingga kuliah di perantauan ini. Terimakasih atas kenangan indah yang tak terhingga selama enam tahun ini. Terimakasih sudah menjadi sahabat LDR yang hanya bisa bertatap via *handphone*, berbagi sedih, senang, pahit, manisnya persahabatan. Terimakasih atas segala doa, dukungan dan nyinyiran yang selalu diberikan. Semoga Allah senantiasa memberikan kelancaran dan kemudahan dalam setiap urusan kalian.
14. Tujuh Bidadari, Asri Zain Hakiki (gamerswati sejati) yang baik, *humble* sama siapapun, dan lembut hatinya. Hanifah Nurul Syam (maminya kucing) yang paling galak dan cuek tapi peduli dan baik hatinya. Elok Etika Rahmawati (wong lamonjan) yang mau direpotin, hobinya kerja, mandiri, dan selalu menebar keceriaan. Dewi Hasanah Bolqiyah (nak hits Gowok) yang rumahnya selalu direcokin dan penyuplai makanan buat anak-anaknya kalau lagi main. Titik Nurjannah Wijayanti (qaqa NJ) yang paling dewasa, paling sabar, dan sangat mencintai adik-adiknya. Lu'lu Ulaeni (captionista) yang selalu ceria dan paling jago buat caption di sosmed. Terimakasih atas segala hal dan waktu yang telah kalian berikan. Terimakasih telah menjadi sahabat dari awal perkuliahan hingga kini. Semoga Allah senantiasa mempermudah dan melancarkan segala hal yang kalian cita-citakan.
15. Cantik Squad, Siti Hanifah Jayanti teman sekamar yang menghiasi hariku dengan kehebohannya, dan selalu ceria tapi hatinya rapuh. Nova Wahyuni Syafnur wanita keibuan yang baik hatinya, selalu mengalah dan menjadi bahan *bullyan*. Dhita Nurul Husnaniah perempuan *moody*-an yang baik hati, paling cantik diantara trio Padang, dan suka makan banyak tapi tetap kurus. Hanifah Nurul Syam sahabat yang dingin tapi hangat. Nurul Fatimah ngapakers yang orangnya serius, jarang becanda tapi sekalinya becanda krik-krik. Terimakasih telah menjadi sahabat dari awal berada di sanggar hingga kini.
16. Kontrakan Barokah, Uni Rike Humairoh (sesepuh kami) yang tidak bisa hidup tanpa masker, paling rajin masak, dan sesama penggemar drakor. Trio Padang

yang paling semangat kalau lagi julid, teman seperjuangan, seperbahaasan, dan sepermasakan. Terimakasih telah menjadi keluarga yang selalu menghibur, memberi semangat, dan menjadi pendengar setia atas setiap curhatan yang dilontarkan.

17. Teman-teman Perbankan Syariah C, Lupek, Abi, Reja, Abdul, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, serta seluruh teman Perbankan Syariah 2015 yang memberikan semangat selama ini.
18. Teman-teman satu DPS, terkhusus Shofiyani yang telah membantu penulis mengolah data, Rifka Ayu yang selalu nyinyir nanyain kapan selesai, dan Annisa yang selalu menyemangati untuk wisuda bareng.
19. Seluruh keluarga besar Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terimakasih atas segala inspirasi, kehangatan dan kenangan yang telah diberikan, dan terimakasih kepada seluruh keluarga Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah lainnya.
20. Keluarga besar SERAMBI UIN, Senpai, Kak Icut, Bang Yusron, Kak Nufa, Mba Mardha, Mba Hasna, dan seluruh angkatan. Terimakasih telah mengajarkan banyak hal positif, memberikan warna dan kehangatan keluarga, menjadi pelepas stress dengan tingkah kocak anggotanya, dan terimakasih atas semua pengalaman berharga selama tiga tahun ini.
21. Keluarga KKN 96 Kelompok 118, Nabel Al-Naufal Efendi, Nurhayati, Nur Alfreda Eka Pratiwi, Yulifa Dwi Khoiruni, Mirna Jullyonedini Nasela, Nafisatul Khoidah, Musthofiyatil Munduniyah, M. Miftakhul Khoir, dan Bambang Guntoro. Terimakasih atas keakraban, kehangatan, kekompakan, suka duka, dan canda tawanya sampai saat ini.
22. Pihak Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta yang telah mendukung penelitian ini serta responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
23. Semua pihak yang turut berjasa, hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa dituliskan satu-persatu.

Disamping itu penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 07 Februari 2019

Hormat Saya,

Rizka Ayunda Putri
NIM. 15820140



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kerangka Teoritik	13
1. Teori Gadai	13
2. Perilaku Konsumen	17
3. Keputusan Nasabah	17
4. Nilai Taksiran	20
5. Ujrah	23
6. Lokasi	26
7. Promosi	28
8. Kualitas Pelayanan	32
B. Telaah Pustaka	36
C. Kerangka Berpikir	42
D. Pengembangan Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Jenis dan Sifat Penelitian	51
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel	52
D. Jenis dan Teknik Pengambilan Data	54
E. Skala Pengukuran	56
F. Definisi Operasional Variabel	57
G. Teknik Analisis Data	61
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	67

A. Gambaran Umum.....	67
B. Analisis Hasil Deskriptif Responden.....	69
C. Pengujian Instrumen Penelitian.....	79
D. Uji Asumsi Klasik	84
E. Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
F. Uji Hipotesis.....	92
G. Pembahasan	98
BAB V PENUTUP.....	112
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN.....	i



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Gadai dan Cicil Emas di BSM	3
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	37
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	57
Tabel 3.2 Variabel, Indikator, dan Skala Pengukuran	60
Tabel 4.1 Profil Responden Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Profil Responden Usia	70
Tabel 4.3 Profil Responden Tingkat Pendidikan	71
Tabel 4.4 Profil Responden Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Profil Responden Pendapatan	73
Tabel 4.6 Profil Responden Rata-rata Pengeluaran	74
Tabel 4.7 Profil Responden Lama Menjadi Nasabah.....	75
Tabel 4.8 Profil Responden Intensitas Penggunaan Produk	77
Tabel 4.9 Profil Responden Persepsi	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Nilai Taksiran.....	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Ujrah</i>	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Lokasi.....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Promosi	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	83
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	85
Tabel 4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	88
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	89
Tabel 4.20 Hasil Koefisien Determinasi	92
Tabel 4.21 Hasil Uji F.....	94
Tabel 4.22 Hasil Uji t	95
Tabel 4.23 Detail Jawaban Kuesioner Variabel <i>Ujrah</i>	101
Tabel 4.23 Detail Jawaban Kuesioner Variabel Lokasi	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Model Tahapan Pengambilan Keputusan	18
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas <i>Probability Plot</i>	85
Gambar 4.2 Hasil Grafik <i>Scatterplot</i>	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Terjemahan Ayat Al-Qur'an.....	i
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	ii
Lampiran 3 Hasil Wawancara Nasabah	viii
Lampiran 4 Hasil Kuesioner	xiii
Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS.....	xxviii
Lampiran 6 Dokumentasi Penelitian.....	xxxvii
Lampiran 7 Curriculum Vitae	xli



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Nilai Taksiran, *Ujrah*, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kcp Pos Yogyakarta). Penelitian ini bersifat studi kausal yang bertujuan untuk mengetahui apakah satu variabel dapat mempengaruhi variabel lain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 56 responden yang diukur menggunakan metode Slovin. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan wawancara tidak langsung. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis dengan *software* IBM SPSS 19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai taksiran, *ujrah*, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri Kcp Pos Yogyakarta. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri Kcp Pos Yogyakarta.

Kata Kunci: Keputusan Nasabah, Nilai Taksiran, *Ujrah*, Lokasi, Promosi, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of Estimated Value, Ujrah, Location, Promotion, and Service Quality on Customer Decisions in Using Sharia Gold Pawn Financing Products (Case Study at Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta). This research is a causal study which aims to find out whether one variable can affect other variables. The research method used is quantitative research methods. The sample in this study were 56 respondents measured using the Slovin method. The data in this study were obtained through questionnaires and indirect interviews. The data analysis method used in this study is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing with IBM SPSS 19 software. The results showed that the estimated value, ujrah, promotion, and service quality had a significant positive effect on customer decisions in using sharia gold pawn financing products in Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. While the location does not affect the customer's decision to use sharia gold pawn financing products in Bank Syariah Mandiri Kcp Pos Yogyakarta.

Keywords: *Customer Decisions, Estimated Value, Ujrah, Location, Promotion, Service Quality*



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era yang serba modern dan berkemajuan, daya konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa semakin meningkat, hal ini terkadang menjadi masalah tersendiri ketika pendapatan yang diperoleh tidak sesuai dengan kebutuhan yang harus dipenuhi. Tidak jarang seseorang harus melakukan berbagai cara untuk dapat memenuhi keinginannya, mulai dari meminjam uang kepada sanak-saudara hingga kepada lembaga atau instansi keuangan. Salah satu alternatif yang ditawarkan bagi masyarakat untuk keluar dari permasalahan tersebut adalah dengan memanfaatkan gadai. Salah satu keuntungan dari gadai adalah proses yang cepat dan tidak menyulitkan penggadai dalam proses pencairan gadai. Ketika memiliki kebutuhan mendesak dan tidak memiliki uang, masyarakat bisa menggadaikan emasnya di lembaga keuangan seperti bank syariah yang menyediakan fasilitas pembiayaan gadai emas tanpa perlu khawatir emas tersebut hilang ataupun terjual.¹

Prinsip gadai diperbolehkan dalam Islam dengan tujuan menolong pihak yang membutuhkan. Praktik gadai telah ada semenjak zaman Rasulullah SAW, dan beliau melakukannya (Muhammad dan Hadi, 2003: 3). Gadai (*rahn*) merupakan penyerahan barang (*marhun*) kepada pihak pemberi hutang (*murtahin*) yang dilakukan oleh orang yang berhutang (*rahin*) sebagai

¹<http://jogja.tribunnews.com/2018/04/06/gadai-dan-cicil-emas-makin-diminati-warga-yogya>, diakses pada tanggal 26 Mei 2018 pukul 16.38 WIB.

jaminan atas hutang yang mereka terima (Afandi, 2009: 147). Gadai (*rahn*) memiliki peranan yang besar dalam kehidupan masyarakat, khususnya untuk golongan menengah kebawah. *Rahn* dapat digunakan untuk menggerakkan usaha ekonomi kecil dan menengah agar bisa lebih berkembang. Sehingga sektor riil dapat tumbuh dengan baik dan peningkatan perekonomian nasional secara makro dan mikro (Sasli, 2005: 117).

Gadai emas syariah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas. Fatwa ini menjelaskan bahwa gadai emas diperbolehkan berdasarkan prinsip *rahn* dengan ketentuan-ketentuan yang telah diatur di dalam Bank Syariah atau Unit Usaha Syariah.² Ketentuan tersebut bertujuan untuk mencegah terjadinya spekulasi dalam praktik gadai emas syariah yaitu dengan menetapkan batas maksimal plafon pembiayaan serta frekuensi perpanjangan jatuh tempo.

Di Indonesia terdapat beberapa lembaga keuangan yang menjadikan gadai sebagai produk pembiayaan mereka, seperti pegadaian konvensional dan syariah, BMT, serta bank-bank syariah. Salah satu lembaga keuangan yang meluncurkan produk gadai adalah Bank Syariah Mandiri. Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tumbuh dan berkembang sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank

²Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* Emas.

Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. Per/Desember 2017 Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM.³

Bank Syariah Mandiri merupakan salah satu bank syariah yang sukses dengan produk gadai emasnya, hal ini dapat dilihat dari tingginya jumlah aset yang dimiliki oleh BSM. Bank Syariah Mandiri mulai meluncurkan produk pembiayaan gadai emas pada tahun 2001. Pembiayaan gadai emas syariah merupakan produk penyaluran dana dalam bentuk pinjaman dana berdasarkan prinsip *Qardh* dengan jaminan barang berharga berupa emas sebagai barang jaminan atas uang nasabah. Emas yang dimaksud ditempatkan dalam penguasaan dan pemeliharaan bank, dan atas pemeliharaan tersebut bank mengenakan *ujrah* (biaya sewa). Bank memperoleh keuntungan dari biaya *ujrah* atas pemeliharaan emas yang diberikan oleh nasabah. Perkembangan produk gadai emas Bank Syariah Mandiri tahun 2015 dan 2016 dapat dilihat pada tabel berikut⁴:

Tabel 1.1
Perkembangan Pembiayaan Gadai dan Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri

Pembiayaan	Tahun	Pertumbuhan
	Desember 2015	1,69 Triliun
	November 2016	2,1 Triliun

³ www.syariahmandiri.co.id diakses pada tanggal 04 April 2018 pukul 16.40 WIB.

⁴ <https://keuangan.kontan.co.id> diakses pada tanggal 27 Mei 2018 pukul 20.37 WIB.

Pada bulan April 2018, omset bisnis emas Bank Syariah Mandiri meningkat menjadi 2,5 Triliun. Mahendra Nusanto, Group Head Pawning BSM menjelaskan bahwa sampai dengan saat ini minat masyarakat untuk gadai dan cicil emas masih tinggi.⁵ Pertumbuhan portfolio gadai dan cicil emas yang semakin meningkat setiap tahunnya tidak lepas dari peran strategi pemasaran yang diterapkan oleh bank. Strategi pemasaran yang tepat dan efisien dapat mendorong laju pertumbuhan pembiayaan serta peningkatan minat dan keputusan masyarakat dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah dengan menerapkan strategi pemasaran jasa. Pemasaran jasa memiliki tujuh unsur penting, yakni *Product, Price, Promotion, Place, People, Process, dan Customer Service* (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009: 70). Penerapan strategi yang tepat dan sukses dapat mendorong masyarakat untuk menerima produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam tujuh unsur diatas, peneliti menggunakan tiga unsur pemasaran jasa, diantaranya promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan. Ketiga unsur tersebut digunakan sebagai variabel dalam menentukan keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swastha dan Irawan, 2008: 349). Intensitas promosi yang tinggi juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah

⁵<https://keuangan.kontan.co.id/news/makin-berkilau-bisnis-emas-bank-syariah-mandiri-tumbuh-14>
Diakses pada 04 Februari 2019 pada pukul 07.35 WIB.

dalam menggunakan suatu produk perbankan, promosi bisa dilakukan dengan berbagai media, seperti iklan, brosur, pamflet, *sponsorship*, baliho, surat kabar, media *online*, survey langsung kepada calon nasabah, dan lain sebagainya. Dari kegiatan promosi, keberadaan, manfaat, dan keunggulan produk pembiayaan gadai emas syariah akan terlihat serta lebih dikenal oleh masyarakat luas. Semakin intens dan luas segmen promosi suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, maka semakin banyak masyarakat yang mengenali dan mengakui keberadaan produk tersebut.

Menurut Lupiyoadi (2001: 61) lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Lokasi adalah tempat atau posisi dimana suatu jenis usaha akan dioperasikan. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dimana lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis, meskipun keduanya menjual produk yang sama (Ma'ruf, 2005: 114).

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak kepada pihak lainnya (Kotler, 2000: 41). Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor penting yang dapat menunjang kemajuan perusahaan, kualitas pelayanan dibutuhkan agar konsumen loyal terhadap perusahaan. Kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan selama proses melakukan pembiayaan menjadi salah satu faktor penting dalam pemasaran jasa karena dapat menciptakan kenyamanan, kepercayaan dan loyalitas nasabah kepada bank syariah.

Selain ketiga variabel diatas, terdapat dua variabel lainnya yang digunakan peneliti dalam mengukur keputusan nasabah yaitu nilai taksiran dan *ujrah*. Nilai taksiran adalah nilai perkiraan tertentu yang akan dijadikan jaminan yang didasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu (Damanhur, 2011). Penetapan nilai taksiran yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan nasabah akan mendorong seseorang untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Ahmad Rifqi Darmajati (2014) yang menyatakan bahwa nilai taksiran berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggadaikan emas di BPD DIY Syariah Cabang Cikditiro. Artinya, semakin tinggi nilai taksiran yang ditetapkan oleh bank syariah terhadap emas batangan/perhiasan yang digadaikan, maka semakin tinggi motivasi nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di BPD DIY Syariah Cabang Cikditiro.

Ujrah merupakan biaya sewa yang dikenakan oleh pihak *murtahin* (bank) kepada *rahin* (penggadai) atas barang yang digadaikan nasabah. Menurut Hanafiah, *ujrah* adalah akad untuk membolehkan pemilikan manfaat yang diketahui dan disengaja dari suatu zat yang disewa dengan imbalan (Suhendi, 2011: 114). Berdasarkan hasil penelitian Alifah Arfiana (2016) menunjukkan bahwa variabel *ujrah* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di pegadaian syariah cabang Abdullah Dg. Sirua Makassar. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mukhlis Adib (2014) yang menunjukkan bahwa tarif *ujrah*

mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk *Rahn* di Pegadaian Syariah Cabang Ciputat. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti kembali variabel *ujrah* atau biaya sewa, apakah ditemukan hasil yang berbeda dari dua peneliti sebelumnya atau tidak.

Keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai (Kotler dan Keller, 2009: 240). Ketika nilai taksiran, *ujrah*, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan dampak positif dalam pelaksanaannya di bank syariah, maka keputusan nasabah untuk memilih menggunakan dan melakukan pembelian secara berulang terhadap produk pembiayaan gadai emas syariah akan semakin besar.

Alasan peneliti memilih objek penelitian pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta karena terdapat peningkatan pengetahuan dan minat masyarakat Yogyakarta terhadap produk gadai emas syariah, terutama masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan wirausaha. Selain itu penelitian yang membahas produk gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri khususnya daerah Yogyakarta juga masih terbatas, padahal Bank Syariah Mandiri memiliki potensi yang bagus pada produk tersebut. Banyaknya manfaat yang ditawarkan ketika melakukan pembiayaan juga menjadi salah satu daya tarik bank, salah satu keuntungan mengajukan pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Gadai Emas adalah nilai taksiran yang lebih tinggi dibanding pegadaian lainnya, serta *ujrah* yang diberikan juga

rendah sekitar 1,3 – 1,5 % dari pembiayaan yang diajukan. Oleh karena itu, hal ini menjadi salah satu peluang bagi masyarakat Yogyakarta untuk lebih mengenal dan menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri sebagai mitra pembiayaan gadai emas syariah dalam memenuhi kebutuhan pembiayaan mereka.

Dari uraian diatas, penyusun berkeinginan untuk meneliti beberapa variabel yang diduga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Sehingga penyusun akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta?
2. Apakah *ujrah* berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah

Mandiri KCP Pos Yogyakarta?

4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta?
5. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang penyusun rumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh *ujrah* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta.
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta.

5. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi lingkungan pendidikan, untuk memperluas teori dan penelitian terdahulu mengenai pengaruh nilai taksiran, *ujrah*, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah, serta memberikan kontribusi dalam bidang *marketing*.
2. Bagi peneliti, dapat menambah wawasan mengenai produk pembiayaan gadai emas syariah dan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan tersebut.
3. Bagi masyarakat, memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perbankan dalam mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah.
4. Bagi praktisi, sebagai referensi dalam merumuskan strategi yang tepat sehingga diperoleh kinerja yang lebih baik di masa yang akan datang, serta sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan pada skripsi ini merupakan gambaran umum mengenai isi skripsi yang dilakukan dengan mengklarifikasi pembahasan

pada beberapa bagian. Sistematika penulisan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat penjelasan tentang penjelasan yang bersifat umum dengan pokok pembahasan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan oleh penyusun dalam menyelesaikan rumusan masalah penelitian. Landasan teori pada bagian ini mengacu pada jurnal internasional, jurnal nasional serta beberapa penelitian yang telah dilakukan sebagai bahan rujukan dalam penelitian ini. Pokok pembahasan dalam bab ini meliputi: landasan teori, pengembangan hipotesis dan kerangka berfikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Adapun cakupan dalam metode penelitian tersebut adalah objek penelitian, metode pengambilan sampel, hingga metode analisa data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dan analisis dari pengelolaan data yang didapat selama melakukan penelitian, baik analisis data

secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesa yang dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel independen (nilai taksiran, *ujrah*, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel nilai taksiran berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan adanya pengaruh positif signifikan nilai taksiran terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah **diterima**. Sehingga meningkat atau menurunnya variabel nilai taksiran akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan.
2. Variabel *ujrah* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan adanya pengaruh negatif signifikan *ujrah* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah **ditolak**, karena arah tidak sama

dengan hipotesis. Arah positif menunjukkan bahwa semakin bertambahnya variabel *ujrah* maka akan menambah keputusan nasabah. Bertambahnya *ujrah* dalam hal ini tidak hanya diartikan dengan semakin mahalnya tingkat biaya sewa yang diberikan oleh bank, melainkan dari sisi manfaat dan kualitas yang diterima nasabah. Semakin baik kualitas harga, sesuai nilai dengan manfaat yang diterima, serta terjangkau biaya jasa (*ujrah*) yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta kepada nasabah untuk produk pembiayaan gadai emas syariah, maka semakin besar tingkat pengambilan keputusan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di bank tersebut.

3. Variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan adanya pengaruh positif signifikan variabel lokasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah **ditolak**. Sehingga meningkat atau menurunnya (strategis atau tidaknya) variabel lokasi tidak akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan.
4. Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan adanya pengaruh positif signifikan promosi terhadap keputusan nasabah dalam

menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah **diterima**. Sehingga meningkat atau menurunnya (baik atau tidaknya) variabel promosi akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan.

5. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Berdasarkan analisis data, hasil menunjukkan bahwa hipotesis kelima yang menyatakan adanya pengaruh positif signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah **diterima**. Sehingga meningkat atau menurunnya (profesional atau tidaknya) variabel kualitas pelayanan akan mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat beberapa saran agar kedepannya berguna dan dapat memberi manfaat kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih memperjelas instrumen pernyataan yang akan diberikan kepada responden yang akan diteliti sehingga tidak menimbulkan respon yang bias. Selanjutnya, melihat faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah masih terbatas, diharapkan penelitian selanjutnya dapat menggali dan menganalisis lebih dalam lagi variabel apa

saja yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah di Bank Syariah dan menggunakan variabel yang lebih varian lagi, seperti pengetahuan nasabah, prosedur, pendapatan ekonomi, dan lain sebagainya.

2. Saran bagi Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta, diharapkan dapat mempertahankan *ujrah* yang ringan dan tidak memberatkan nasabah, dapat meningkatkan promosi produk agar lebih dikenal oleh masyarakat Yogyakarta, dan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar nasabah selalu loyal dalam menggunakan produk gadai emas.
3. Diharapkan kedepannya Bank Syariah Mandiri bisa mempertimbangkan lokasi yang strategis atau menambah outlet produk pembiayaan gadai emas syariah sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat Yogyakarta serta bisa lebih dikenal, baik dari segi produk yang berkualitas, *ujrah* yang ringan, promosi yang merata, hingga kualitas pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Rasyid, Rahman, dkk. 2018. *Pengaruh Strategi Promosi Melalui Sosial Media, Kualitas Pelayanan, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT Sinar Galesong Mandiri Malalayang Manado*. Jurnal EMBA Vol. 6, No.4, 2018.
- Adib, Mukhlis. 2014. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat*. Skripsi fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Afandi, Yazid. 2009. *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Logung Printika.
- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2011. *Gadai Syariah di Indonesia, Konsep, Implementasi, dan Institusionalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik* cetakan 1. Jakarta: Gema Insani Press Tazkia Institute.
- Ar-Rifa'i, Muhammad Nasib. 2012. *Kemudahan Dari Allah Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 1 dan 4*. Jakarta: Gema Insani.
- Arfiana, Arifah. 2016. *Pengaruh Nilai Taksiran Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Abdullah Dg.Sirua Makassar*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
- Baladraf, Nafila. 2013. *Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo*. Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.
- Damanhur, dan Leni Darwina. 2011. *Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syariah Kota Lhokseumawe*. Jurnal Vol. 9 Nomor 2, Maret 2011.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2009). *Mushaf Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn Emas*.

- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sholikul dan Muhammad. 2003. *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Hadijah, Siti. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, Indonesia, Vol: 5 No: 1.
- Harahap, Zakaria dan Juwita Anggraini. 2018. *Pengaruh Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih Unit Layanan Syariah*. Jurnal Islamic Financ Vol. 4, No.1.
- Ismail. 2011. *Perbankan Syari'ah*. Jakarta: Kencana.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).
- Kopalle dan Lehman. 1995. *The Effects of Advertised ang Observed Quality on Expectation About New Product Quality*. *Journal of Marketing Research Vol. XXXII*.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jilid 1 & 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran MM. Edisi 13 Jilid I. Jakarta: PT Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa*. Banten: Universitas Terbuka.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Mustafa Al-Sharif, Bader dkk. 2017. *The Effect of Promotion Strategy in the Jordanian Islamic Banks on a Number of Customers. International Journal of Economics and Finance* Vol. 9, No. 2.
- Mutiara, Mas Mir'atul Mafaza. 2015. *Pengaruh Biaya Sewa Tempat Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Syariah Di BRI Syariah Kantor Cabang Gubeng Surabaya*. Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Nadiyya Syaima, Neng. 2017. *Pengaruh Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Di Bjb Syariah Kcp.Ciputat*. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rais, Sasli. 2005. *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional (Suatu Kajian Kontemporer)*. Jakarta: UI-Press.
- Rianto, Fernando dkk. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Penetapan Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Mahasiswa Di Unisri Surakarta Tahun Akademik 2016/2017*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 17, No. 1.
- Rifqi Darmajati, Ahmad. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai emas syariah Syariah (studi kasus pada BPD DIY Syariah cabang Cikditiro)*. Skripsi fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sangadji, M. d. 2013. *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal*. Andi: Yogyakarta.
- Sari, Revika. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga, dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Tabungan Simpeda di Bank Jatim Cabang Surabaya*. Skripsi STIE Perbanas Surabaya.
- Seftiani, Ayu. 2018. *Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah (studi kasus pada Pegadaian Syariah KCP Raden Intan)*. Skripsi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 6. Jakarta: Salemba Empat.

- Sharif, Dziauddin dkk. 2013. *The Improvement of Ar-Rahn (Islamic Pawn Broking) Enhanced Product in Islamic Banking System*. *Asian Social Science Journal* Vol. 9, No. 2.
- Stanton, William J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. 2011. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, Wiratna dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2002. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tajudin, Makhdaleva Hanura dan Ade Sofyan Mulazid. 2017. *Pengaruh Promosi, Kepercayaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok*. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol. 8, No.1.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- _____. 2001. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. 2005. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.
- Wawancara bersama Bapak Nur, Ibu Sri, dan Ibu Yuli selaku nasabah produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta pada 23 Januari 2019.
- Winardi. 1991. *Marketing dan Perilaku Konsumen*. Bandung: Mandar Maju.
- <http://jogja.tribunnews.com/2018/04/06/gadai-dan-cicil-emas-makin-diminati-warga-yogya>, diakses pada tanggal 26 Mei 2018 pukul 16.38 WIB.
- <https://keuangan.kontan.co.id/> diakses pada tanggal 27 Mei 2018 pukul 20.37 WIB.

<https://keuangan.kontan.co.id/news/makin-berkilau-bisnis-emas-bank-syariah-mandiri-tumbuh-14> Diakses pada tanggal 04 Februari 2019 pukul 07.35 WIB.

www.syariahmandiri.co.id diakses pada tanggal 04 April 2018 pukul 16.40 WIB.

www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah diakses pada tanggal 12 Mei 2018 pukul 19.30 WIB.

www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi diakses pada tanggal 12 Mei 2018 pukul 20.35 WIB.

