

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK RAHN DI
PEGADAIAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA PEGADAIAN SYARIAH UNIT
SARIHARJO SLEMAN 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

NOVIA TRIAGUSTYANINGSIH
NIM. 16830018

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK RAHN DI
PEGADAIAN SYARIAH
(STUDI KASUS PADA PEGADAIAN SYARIAH UNIT
SARIHARJO SLEMAN 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:

NOVIA TRIAGUSTYANINGSIH
NIM. 16830018

PEMBIMBING:

DR. DARMAWAN, S.Pd., MAB
NIP. 19760827 200501 1 006

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. MarsdaAdisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: febi@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-149/Un.02/PP.00.9/02/2020

Skripsi/tugas akhir dengan judul: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Novia Tri Agustyaningsih
NIM : 16830018
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Januari 2020
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR
Ketua Sidang

Dr. Darmawan, S.Pd., MAB

NIP: 19760827 20050 1 006

Penguji I

Sunarsih, S.E., M.Si.

NIP. 19740911 199903 2 001

Penguji II

Rosyid Nur Anggara Putra, S.Pd., M.Si.

NIP. 19880524 201503 1 010

Yogyakarta, 11 Februari 2020
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syaiful Mahmadah Hanafi, M.Ag

NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/ TUGAS AKHIR

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

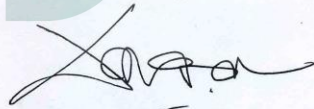
Nama : Novia Tri Agustyaningsih
NIM : 16830018

Judul Skripsi : **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta)”**.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam Jurusan atau Program Studi Keuangan Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu ekonomi Islam .

Dengan ini kami berharap agar skripsi / tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 13 Januari 2020
Pembimbing



Dr. Darmawan, S.Pd, MAB
NIP. 19760827 200501 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Tri Agustyaningsih

NIM 16830018

Jurusan Prodi : Manajemen Keuangan Syari'ah

Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul adalah “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta)**”. benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu

Yogyakarta, 13 Januari 2020

Penyusun



Novia Tri Agustyaningsih

16830018

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novia Tri Agustyaningsih
NIM : 16830018
Program Studi : Manajemen Keuangan Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-eksklusif Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta)”**.

Beserta perangkat yang ada Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*Database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta
Pada Tanggal : 13 Januari 2020
Yang Menyatakan



Novia Tri Agustyaningsih
16830018

HALAMAN MOTTO

**“Hidup hanya sekali, jangan biarkan kebodohan menguasaimu”
-Pepe, 2020.**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Ini Saya Persembahkan Kepada:

**“KEDUA ORANG TUA SAYA DAN KAKAK SAYA”
ALM. BAPAK BUNTORO
DAN
IBU SARDJIYEM
KAKAK SAYA WIDYANINGRUM DAN IKHWAN PURNOMO”**

(Terimakasih untuk semua cinta, dukungan, doa, materi, nasihat dan juga semangat yang diberikan dengan tulus dan tak berujung, saya bukan siapa-siapa tanpa mereka)



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada 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	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	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	DZal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Dza'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha'	H	Ha

ء	Hamzah	‘	Apostref
ي	Ya’	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدّة	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 katasandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علّة	Ditulis	<i>‘illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliya’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I

--- ُ ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathh	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
-------------------------	---------	-----------

بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

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

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكركم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyyah maka ditulis menggunakan huruf awal "al"

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

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

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kasih sayang serta karunia-Nya kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya sampai akhir zaman.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu. Untuk itu, penyusun dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmad Hanafi, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H.M. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Darmawan, S. Pd, MAB, selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran, dan motivasi dalam menyempurnakan penelitian ini.
5. Seluruh dosen Program Studi Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dengan tulus ikhlas selama kuliah, semoga diberikan keberkahan selalu oleh Allah

SWT.

6. Seluruh Staff Tata Usaha Program Studi dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua Orang Tua, Ibu Sardjiyem untuk semua doa, kasih sayang, cinta, semangat, dan dukungan yang tak berujung serta Alm. Ayah Buntoro untuk segala cinta, kasih sayang segala kesabaran, keikhlasan, kekuatan dan ketabahan yang telah diberikan, sehingga dapat memberikan pelajaran hidup untuk anak-anaknya.
8. Kakak-kakak saya, Mbak Widyaningrum dan Ikhwan Purnama serta keponakan saya, yang selalu memberikan semangat, mendoakan, menguatkan juga memberikan motivasi serta menularkan semangatnya.
9. Keponakan saya, Jonathan Rheza Ardito, Mega, Lira, Elang dan Andaka yang memberikan hiburan disela-sela kesibukan skripsi.
10. Untuk Kakung dan Simbok yang juga sudah seperti orang tua kedua untuk saya.
11. Special for someone Faris Faishal Humam, yang sudah memilih tetap ada menemani, menunggu, mendukung dan selalu memberikan semangat dalam pembuatan skripsi ini. Juga untuk Ibu Asih Dwi Lestari serta keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan semangat dalam setiap proses pembuatan skripsi ini.

12. Ambsdr, Eka Putri (mamak), Tasya (kakak), Ajeng (mamih), Nanda (bunda), dan Sischa (cicak) sahabat-sahabat dari kecil saya yang juga memberikan semangat serta motivasinya.
13. Keluarga Minus, Monica, Nayla, Nisa, Demy dan Reza orang-orang baru dalam kehidupan saya, namun memiliki pengaruh yang besar dalam pengerjaan skripsi ini.
14. Bundahara, Hananda, Linda, Ika, dan Nindya teman-teman yang saling membantu kelancaran tugas dan segala urusan perkuliahan dari semester pertama hingga saat ini.
15. 4b, Ella, Pandan dan Nurma sahabat saya sejak SMP hingga saat ini. Dan untuk Nurma yang telah banyak memberikan bantuan atas skripsi ini.
16. Teman-teman KKN Tematik 99 Turi, Erika, Ara, Farah, Nuci, Nizam, Rafie, Akbar, Iqbal, Mudah, Yaya dan Lukman, yang telah memberikan banyak pengalaman selama KKN, mengajarkan hidup mandiri, berhemat dan juga kebersamaan.
17. Teman-teman koplakku, Elin, Ningsih, Puput dan Flosintha yang selalu memecahkan suasana menjadi sangat-sangat menyenangkan dan juga Shelly teman SMA yang selalu mau direpotkan.
18. Geng koplo, Bang Ocid, Randi, Om Hanif, Hayyin, Helmi, Fadel, Rizal, Humar, Zen, Helmi, dan Hayyin yang selalu memberikan hiburan disela- sela kepenatan semester tua.
19. Bunda Yanti dan Adel yang selama KKN menjadi Ibu dan Adik, memberikan banyak sekali pembelajaran hidup, cara

bersosialisasi dengan masyarakat serta cara bersyukur dalam keadaan apapun. Serta seluruh warga masyarakat Dukuh Sari Turi Sleman.

20. Keluarga besar MKS 2016, yang sama-sama berjuang memperjuangkan gelar sarjana, saling membantu dan juga memberi semangat satu sama lain, saling bertukar informasi serta pemikiran. Semoga kita semua bisa cepat menyelesaikan tugas kita sebagai mahasiswa.
21. Serta seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya, penulis hanya dapat mendoakan semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka semua selama ini. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan dan kemajuan penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 13 Januari 2020

Hormat Saya,

Novia Tri Agustyaningsih
NIM 16830018

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
ABSTRAK.....	xxiv
ABSTRACT.....	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
D. Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	17
A. Kerangka Teori.....	17
1. Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action).....	17
2. Perilaku Konsumen.....	20

3. Minat Nasabah.....	28
4. Pengertian Pemasaran	34
5. Kinerja Pemasaran.....	36
6. Produk	39
7. Promosi.....	42
8. Pelayanan	47
9. Produk Rahn.....	52
B. Telaah Pustaka.....	62
C. Pengembangan Hipotesis.....	67
D. Kerangka Pemikiran	73
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	74
A. Jenis dan Sumber Data	74
B. Populasi dan Sampel.....	74
1. Populasi	74
2. Sampel.....	75
C. Teknik Pengumpulan Data	77
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	79
1. Variabel Penelitian	79
2. Definisi Operasional.....	79
Analisis Data	83
1. Analisis Deskriptif	83
2. Uji Kualitas Data	83
3. Uji Asumsi Klasik	85
4. Uji Hipotesis.....	87
5. Analisis Regresi Berganda	88

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	90
A. DESKRIPSI UMUM OBJEK PENELITIAN	90
1. Sejarah Singkat Pegadaian Syariah dan Perkembangannya	90
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah	94
3. Profil dan Layanan Pegadaian Syariah Unit Sariharjo	95
4. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Sariharjo	97
5. Produk-Produk Pegadaian Syariah	97
6. Sistem Kerja	105
B. Karakteristik Responden	106
C. Hasil Penelitian	111
1. Analisis Deskriptif	111
2. Uji Kualitas Data	112
3. Uji Asumsi Klasik	115
4. Uji Hipotesis	119
5. Uji Regresi Linear Berganda	121
6. Distribusi Frekuensi	122
D. Pembahasan Penelitian	132
BAB V PENUTUP	143
A. Kesimpulan	143
B. Keterbatasan	144
C. Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN	xxvi
CURRICULUM VITAE	xxxviii

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tarif Pada Produk Rahn	1
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah	7
Tabel 3.1 Skala Likert.....	78
Tabel 3.2 Variabel Dan Indikator Penelitian	82
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	107
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	108
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	109
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	110
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Data	112
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Data	113
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	117
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi	119
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	120
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	121
Tabel 4.12 Kategori Kualitas	126
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Variabel Produk.....	126
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi	127
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Variabel Pelayanan	129
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Nasabah	130
Tabel 4.17 Hasil Hipotesis	132

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	71
Gambar 3.1 Model Penelitian	89
Gambar 4.1 Struktur Organisasi UPS Sariharjo.....	97
Gambar 4.2 Histogram Uji Normalitas	115
Gambar 4.3 Normal P-Plot.....	116
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	118



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh produk, promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah produk *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari instrumen kuesiner kepada nasabah Pegadaian Syariah Unit Sariharjo sebagai objek penelitian. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 200 nasabah yang datang langsung ke Kantor Unit Pegadaian Syariah Sariharjo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS 25. Berdasarkan hasil uji ANOVA menunjukkan F hitung sebesar 82.894 dengan probabilitas sebesar $0.000 < 0.05$ maka, secara simultan variabel produk, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah produk *Rahn* di Pegadaian Syariah. Dan hasil secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah, variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dan variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah produk *Rahn* di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo

Kata Kunci: *Produk, Promosi, Pelayanan dan Minat Nasaba*

ABSTRACT

This research aims to test the influence of products, promotions and services on the customer interest of Rahn products in the Syariah pawnshop Sariharjo Unit. This research is done by using the primary data collected from the over Kuesiner to the Syariah pawnshop customers of Sariharjo Unit as a research object. The samples in this study were 200 customers who came directly to Sariharjo Syariah pawnshop Unit Office. The method used in this study was multiple linear regression using SPSS 25. Based on the results of the ANOVA test showed F count of 82,894 with a probability of $0.000 < 0.05$ then, simultaneously product variables, promotions and services affect the customer interest of Rahn products in the sharia pawnshop. And results are partially pointed out that the product variables have a significant positive effect on the customer's interest, the promotion variable has a significant positive effect on the customer's interest and the service variable has significantly positive effect on the customer interest of Rahn's product in the Syariah pawnshop

Keywords: product, promotion, customer service and interest.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian Syariah merupakan salah satu lembaga keuangan dengan prinsip syariah yang berkembang di Indonesia. Menurut Anshori (2011:5) Pegadaian Syariah adalah salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan oleh Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian di samping unit layanan konvensional. Pendirian unit layanan syariah tersebut didasari oleh perjanjian *musyarakah* dengan sistem bagi hasil antara Perum Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia dengan tujuan melayani para nasabah yang ingin memanfaatkan jasa pelayanan gadai yang berbasis syariah.

Masing-masing lembaga keuangan menerapkan sistem pembiayaan gadai emas dengan pelayanan yang berbeda-beda. Pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah dengan Pegadaian Syariah tentunya memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menentukan tempat yang akan digunakan untuk menggadai emasnya. Namun Pegadaian merupakan lembaga gadai yang lebih dikenal dan akrab dengan masyarakat dalam hal gadai menggadai barang (Adib, 2014: 3). Pegadaian memberikan layanan yang

memudahkan masyarakat dan dengan syarat yang cukup mudah, sehingga dapat menarik minat masyarakat untuk menggunakan jasanya.

Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan yang dijalankan dengan menggunakan sistem gadai (*Rahn*) untuk memberikan pinjaman dengan prinsip syariah dan dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat dengan memberikan kemudahan saat bertransaksi di Pegadaian Syariah (Silviana, 2018: 2). Semakin lama Pegadaian Syariah semakin banyak peminatnya, oleh karenanya produk-produk didalamnya juga ikut berkembang seperti *Ar-rum Haji, Ar-rum BPKB, Mulia, Tabungan Emas, Amanah dan Rahn* (www.pegadaiansyariah.co.id).

Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non bank yang dipilih oleh masyarakat untuk membantu dalam hal pemenuhan kebutuhan pendanaan terutama pemenuhan dana secara cepat. Di Indonesia perkembangan Pegadaian Syariah cukup baik, produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah diantaranya adalah produk gadai syariah (*Rahn*). Menurut Kasmir (2012:233) menyatakan bahwa usaha gadai merupakan kegiatan meminjamkan barang berharga kepada pihak tertentu untuk mendapatkan

sejumlah uang, dan barang yang telah dipinjamkan dapat ditebus kembali sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati diawal oleh nasabah dan lembaga gadai.

Menurut Sabiq (1987:139) *Rahn* yaitu menjadikan barang yang memiliki nilai harta menurut pandangan syara' sebagai jaminan dalam melakukan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang atau ia bisa mengambil sebagian manfaat dari barang tersebut. *Rahn* juga dapat diartikan sebagai produk dari lembaga keuangan syariah yang mendapatkan respon dari MUI dengan dikeluarkannya Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002. Sedangkan Fatwa DSN Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 yang mengatur tentang ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) yang ditanggung oleh pihak pegadai, akan tetapi fatwa tersebut memberikan batasan bahwa ongkos yang dibebani kepada pegadai besarnya didasarkan pada pengeluaran yang secara nyata diperlukan (Adib, 2014: 3).

Seperti pada lembaga keuangan syariah lainnya, Pegadaian Syariah tentunya juga berusaha untuk menarik minat nasabahnya agar menggunakan jasa yang telah ditawarkan dan tetap mempertahankan nasabahnya. Untuk dapat menarik minat dari para

nasabah Pegadaian Syariah memiliki ketentuan dalam memberikan pinjaman kepada nasabah yang memilih produk *Rahn*. Ketentuan tersebut di sajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 1.1
Tarif pada produk *Rahn*

Minimal uang pinjaman (<i>Marhun Bih</i>)	Maksimal uang pinjaman (<i>Marhun Bih</i>)	Administrasi (<i>Mu'nah Akad</i>)	Jangka Waktu Pinjaman
Rp. 50.000,-	Rp. 1.050.000.000,-	Rp. 2000,- s/d Rp. 120.000,-	120

Tanggal Update 22 Mei 2018 (www.pegadaian.co.id)

Dalam tabel di atas dapat dilihat bahwa pinjaman yang diberikan pihak Pegadaian Syariah tentunya dapat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, karena jumlah maksimum pinjaman mencapai Rp. 1.050.000.000,- dan biaya administrasi kisaran Rp. 2000,- sampai Rp. 120.000,-. Keunggulan lain dari gadai di Pegadaian Syariah adalah proses pinjaman yang cepat, hanya membutuhkan waktu kurang lebih 15 menit. Adapun persyaratan dalam melakukan transaksi gadai (*Rahn*) adalah fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya, menyerahkan barang

jaminan, untuk kendaraan bermotor nasabah harus membawa BPKB dan STNK asli, dan yang terakhir nasabah menandatangani surat bukti kredit (www.pegadaian.co.id). Dapat dilihat bahwa Pegadaian Syariah mempermudah masyarakat untuk melakukan gadai, hal tersebut tentunya menjadi daya tarik tersendiri untuk menarik minat masyarakat.

Menurut Amah (2017: 133) akad *Ijarah* yang melekat dengan transaksi gadai syariah (*Rahn*) menjadi sebab atas dikenakannya biaya sewa. Biaya sewa tersebut dikenakan atas tempat penyimpanan barang yang menjadi jaminan, yang disebut dengan *Ujrah*. Pengenaan *Ujrah* pada transaksi gadai syariah bisa jadi tarifnya lebih kecil atau bisa juga lebih besar dari biaya sewa modal yang dibebankan pada transaksi gadai secara konvensional. Tarif *Ujrah* ini bisa jadi akan mempengaruhi minat dari masyarakat, karena kecenderungan masyarakat yang mempertimbangkan biaya yang lebih rendah untuk memperoleh pinjaman.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) masalah utama yang sering dihadapi oleh lembaga keuangan syariah yakni cara perusahaan untuk menarik pelanggan dan juga mempertahankannya

supaya perusahaan dapat bertahan dan terus berkembang. Oleh karenanya dibutuhkan strategi pemasaran yang tepat agar perusahaan dapat terus berkembang. Pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Rangsangan pemasaran terdiri dari *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dalam hal ini pemasaran ingin mengetahui rangsangan tersebut berubah menjadi tanggapan-tanggapan konsumen (Mufidah, 2019: 8). Oleh sebab itu Pegadaian Syariah semakin mengembangkan produk-produknya sebagai salah satu daya tarik untuk terus menjaga loyalitas nasabah dan menarik minat nasabah untuk melakukan transaksi pada Pegadaian Syariah.



Tabel 1.2
Jumlah Nasabah

Produk	Jumlah Nasabah
Emasku	0
Rahn Tasjily Tanah	10
Arrum Emas	27
Rahn	1.240
Mulia	2
Arrum Mikro	43
Arrum Haji	25
Tabungan Emas	385
Amanah	26
Total	1.760

Sumber: Dokumentasi Unit Pegadaian Syariah Sariharjo 2019.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan nasabah di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Yogyakarta terus berkembang dan bertambah hal tersebut dapat dilihat dari jumlah nasabah sejak awal berdirinya Unit Pegadaian Syariah Sariharjo pada tahun 2009 hingga saat ini yang berjumlah 1.760 nasabah. Dan untuk produk *Rahn* di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo sejak awal berdiri hingga saat ini berjumlah 1.240 nasabah, jumlah tersebut dapat bertambah disetiap harinya (Dokumentasi Pegadaian Syariah Unit Sariharjo). Hal tersebut menunjukkan bahwa nasabah

pada produk *Rahn* mendominasi dari total semua nasabah di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Yogyakarta. Minat nasabah terhadap produk *Rahn* cukup tinggi dibandingkan dengan minat nasabah pada produk lainnya.

Menurut Wingkel (1999) menyatakan bahwa minat merupakan kecenderungan yang menetap pada suatu subjek untuk merasa tertarik pada bidang atau suatu hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal tersebut. Adapun minat yang cenderung dilakukan oleh seorang konsumen atau nasabah dalam lembaga keuangan syariah terhadap objek atau produk tertentu yang mempengaruhi perilaku konsumen (Mufidah, 2019: 9). Sedangkan menurut Griffin (2005) perilaku konsumen merupakan seluruh kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong seseorang pada saat akan membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk ataupun jasa setelah melakukan kegiatan evaluasi (Sumarwan, 2011: 97).

Ilustrasi adanya minat yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana) oleh Ajzen (1988) yang menyatakan bahwa keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap

perilaku tertentu, norma-norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dihayati (*perceive behavioral control*). Ketiga komponen tersebut berinteraksi lalu membentuk determinan bagi intensi atau niat untuk menentukan apakah perilaku akan dilakukan atau tidak. Kurt Lewin (1951, dalam Brigham, 1991) merumuskan suatu model hubungan perilaku yakni perilaku adalah fungsi karakteristik individu dan lingkungan. Karakteristik individu meliputi berbagai variabel seperti motif, nilai-nilai, sifat dan kepribadian dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lainnya, selanjutnya juga berinteraksi dengan faktor-faktor lingkungan dalam menentukan perilaku. Faktor lingkungan memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan karakteristik dari individu. Hal tersebut menjadikan prediksi perilaku lebih kompleks (Azwar, 1997: 11).

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran adalah bauran pemasaran (Marketing Mix). Bauran pemasaran menurut Kotler dan Arm Strong (1997) adalah seperangkat variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan didalam pasar sasaran. Dalam bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu produk (product), harga (price),

tempat atau saluran distribusi (place), dan promosi (promotion), sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti orang (people), fasilitas fisik (physical evidence), dan proses (process), sehingga dikenal dengan istilah 7P. Hal ini dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, fasilitas fisik, dan proses.

Penelitian tentang minat nasabah di PT. Pegadaian Syariah sudah cukup banyak diteliti oleh para peneliti terdahulu, dari hasil penelitian didapatkan faktor yang berbeda-beda dalam mempengaruhi minat nasabah, seperti pada penelitian dari Muntasir (2016: 61) faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada Pegadaian Syariah adalah faktor pelayanan dan faktor lokasi. Selanjutnya ada penelitian dari Adib (2014: 100) faktor aspek lokasi, tarif *Ujrah* dan aspek syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah di Pegadaian Syariah. Dan penelitian dari Amah (2017: 141) yang pada hasil penelitiannya menunjukkan bahwa prinsip syariah, pelayanan dan *ujrah* mempengaruhi minat nasabah pada Pegadaian Syariah. Penelitian dari Mufidah (2019: 173) menunjukkan bahwa faktor literasi

keuangan, pendapatan, akses informasi dan pelayanan mempengaruhi minat nasabah di Pegadaian Syariah.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni dari segi objek dan sampelnya penulis meneliti nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta, selanjutnya dari segi variabelnya penelitian ini menggunakan variabel produk, promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah produk *Rahn* di Pegadaian Syariah.

Pada penelitian ini penulis ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pengguna produk *Rahn* sehingga tumbuh menjadi lebih pesat dan dapat menarik minat nasabah lebih banyak lagi dalam menggunakan jasa tersebut di Unit Pegadaia Syariah Sariharjo.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta)**”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap minat nasabah produk *Rahn* di Pegadian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah produk *Rahn* di Pegadian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta?
3. Bagaimanakah pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah terhadap produk *Rahn* di Pegadian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh produk terhadap minat nasabah produk *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta.
2. Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat nasabah produk *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta.

3. Untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah produk *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo Sleman Yogyakarta.

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan dapat memberikan tambahan literatur pada Pegadaian Syariah. Diharapkan dapat berguna untuk menambah konsep pemikiran untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pegadaian.

2. Bagi Praktisi (Pegadaian Syariah)

Penelitian ini diharapkan menjadi dapat menjadi tambahan konsep pemikiran bagi Pegadaian Syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada Pegadaian Syariah. Dan sebagai inovasi produk bagi lembaga Pegadaian Syariah untuk meningkatkan pangsa pasar dan sebagai pemberdayaan manusia dalam pembangunan negara dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan dan juga pengalaman yang baru dalam bidang studi yang terkait dan sebagai media pengembangan ilmu pengetahuan mengenai produk dari pegadaian syariah yang telah penulis pelajari dalam perkuliahan dan dapat di terapkan pada perusahaan yang diteliti penulis.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang akan meneliti terkait dengan penelitian ini.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab agar dapat terarah. Integral dan sistematis maka, kelima bab tersebut terdiri atas beberapa sub-sub bab sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab I merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang yang bersifat secara umum menjadi landasan peneliti untuk melakukan penelitian, rumusan masalah yang dituangkan atas dasar latar belakang yang telah dibuat dan ditulis dalam

bentuk pertanyaan, tujuan dan kegunaan dalam penelitian dan yang terakhir sistematika pembahasan yang menjelaskan sistematika penyajian hasil penelitian.

Bab II berisi landasan teori yang menunjang penelitian yang digunakan sebagai landasan dalam berfikir, telaah pustaka yang mendukung dalam penelitian yang dilakukan, kerangka pemikiran dalam penelitian dan pengembangan hipotesis yang dilakukan. Dalam bab II ini akan membahas teori tentang minat nasabah yakni teori perilaku konsumen (teori tindakan beralasan) dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah (produk, promosi dan pelayanan).

Bab III berisi metodologi penelitian yang digunakan dipaparkan secara detail bagaimana metode yang akan digunakan, populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian kemudian teknik pengambilan sampel yang akan digunakan, variabel penelitian serta definisi operasional yang ada pada penelitian ini dan pengumpulan data berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan.

Bab IV berisi analisis data dan pembahasan, yang merupakan hasil dari perhitungan metode digunakan.

Menunjukkan deskripsi objek yang akan diteliti kemudian analisa data dari hasil perhitungan yang telah dilakukan. Serta melakukan pembahasan atas rumusan masalah yang telah ditentukan. Pada penelitian ini menyatakan hasil pengaruh antara variabel produk, promosi dan pelayanan terhadap minat nasabah.

Bab V berisi penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, keterbatasan serta saran dai hasil analisis berkaitan dengan penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk *Rahn* di Pegadaian Syariah (studi kasus pada Pegadaian Syariah Unit Sariharjo), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel produk berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel produk dapat menarik minat nasabah terhadap produk *Rahn* yang ada di Pegadaian Syariah Unit Sariharjo. Semakin baik kualitas suatu produk maka, akan semakin besar daya tariknya bagi para nasabah maupun calon nasabah.
2. Pada variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada era modern adanya kemajuan teknologi, promosi melalui berbagai macam media akan sangat

dibutuhkan para nasabah dan calon nasabah untuk mendapatkan informasi

3. Pada variabel pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan terhadap nasabah maka, minat nasabah dalam melakukan transaksi pada Pegadaian Syariah akan semakin tinggi.

B. Keterbatasan

Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil lokasi penelitian pada Kantor Unit Pegadaian Syariah Sariharjo dengan keterbatasan waktu hanya selama 14 hari mulai tanggal 03 Desember 2019 sampai 16 Desember 2019. Variabel yang digunakan hanya 3 yakni produk, promosi dan pelayanan. Adapun teori perilaku konsumen, *Marketing Mix*, masih banyak hal lain ataupun faktor lain yang dapat diuji teorinya dan tentunya memiliki pengaruh terhadap minat nasabah pada Pegadaian Syariah.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dilakukan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-

saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Pegadaian Syariah

Berdasarkan hasil penelitian ini, produk, promosi dan pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi minat nasabah produk *Rahn* pada Pegadaian Syariah. Pada data tabel distribusi frekuensi terdapat beberapa indikator yang dirasa memiliki pengaruh yang rendah terhadap minat nasabah. Indikator dari variabel produk yakni “Produk *Rahn* sudah sesuai dengan syariat Islam”. Indikator dari variabel promosi yakni “Promosi dilakukan dengan cara mendatangi langsung tempat tinggal nasabah/calon nasabah” dan indikator dari pelayanan yakni “Pegawai pegadaian dapat menyambut kedatangan nasabah dan memahami kebutuhan spesifik nasabah.

Maka, dalam hal tersebut Pegadaian Syariah dapat meningkatkan dan memperluas produk dan juga jasa Pegadaian Syariah serta meningkatkan kinjeranya. Baik dalam hubungannya dengan masyarakat ataupun

memberikan sosialisasi kepada masyarakat disemua golongan, sehingga nasabah akan lebih percaya dan berminat menggunakan jasa dan produk Pegadaian Syariah

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis mengharapkan partisipasi aktif peneliti selanjutnya untuk meneliti aspek-aspek lain yang mempengaruhi minat nasabah pada Pegadaian Syariah. Untuk sampel sebaiknya ditambah dan diperluas ke Kantor Cabang Pegadaian Syariah agar penelitian lebih objektif. Selanjutnya, dikarenakan nilai eror pada penelitian ini masih cukup tinggi maka, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan variabel-variabel lainnya dan juga indikator-indikator yang baru perlu dilakukan. Serta dilakukannya wawancara terstruktur dengan nasabah Pegadaian Syariah menggunakan daftar pertanyaan agar data yang diperoleh lebih lengkap dan detail. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ajzen. 1988. *Attitudes, Personality, dan Behaviour*. Dorsey, Press, Chicago.
- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Alma, B. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anshori, Abdul Ghofur. 2011. *Gadai Syariah di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Anwar, Mohammad. 1988. *Fiqh Islam*. Bandung: Al-Ma'arif.
- Azwar, Saifuddin. 1997. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsini. 1998. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara.
- Arnold, H. J., & Daniel C. Feldman. 1988. *Organizational Behavior*. New York: McGraw HiLL Inc.
- Djaali. 2017. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ghazaly, Abdul Rahman, dkk. 2010. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana.
- Hasan, Ali. 2006. *Marketing*. Yogyakarta: Medpress.
- Kasmir. 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Gramedia

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, Jilid 1.
- Kuncoro, Mudrajat. 2011. *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet. 1.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Materi Pokok Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesepuluh Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Naazir. Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Priyat no, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Sabiq, Syyaid. 1987. *Fikih Sunnah*. Bandung: Al Maarif, Jilid 13.
- Sangadji, Etta Mamang dan Shopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: C.V ANDI.
- Soedarsono, Heri. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, M.M. 1985. *Nafsilogi*. Jakarta: Integritas Press.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia, Cet. Pertama.
- Sutedi, Adrian. 2011. *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisnohadi. 1983. *Statistika*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi, Universitas Gajah Mada.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Skripsi dan Jurnal

- Adib, Mukhlis. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Memilih Produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.

- Amah, Nik. 2017. *Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun*. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 2(2).
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah*. Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan, 2(1).
- Astuti, Tri dan Rr. Indah Mustikawati. 2013. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kulaitas Pelayanan Terhadap minat Menabung Nasabah*. Jurnal Nominal, 2(1).
- Fadzilah, Ari. 2006. *Analisis Pengaruh Pemberdayaan Karyawan Dan Self Of Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Penjualan (Studi Kasus Pada Pt. Sinar Sosro Wilayah Pemasaran Semarang)*. Jurnal Studi Manajemen & Organisasi. Volume 3, Nomor 1, Januari 2006.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Manajemen Pemasaran: Sebuah Pendekatan Strategi*”. Research Paper Serie. No. 01 Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Saiful, Muhammad Sholahuddin, dkk. 2016. *Dinamika Perkembangan Pegadaian Syariah di Indonesia*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ismawati, Eryanafita. 2008. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran dengan Faktor Lingkungan sebagai Variabel Moderat*. Thesis Universitas Diponegoro Semarang.
- Maharsi, Sri dan Yuliani Mulyadi. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 9(1).

- Mufidah, Layyinatul Aini. 2019. *Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Akses Informasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (PERSERO) Unit Mlati Sleman Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN SUKA.
- Muntasir. 2016. *Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (PERSERO) Cabang Cikarang*. Jurnal Lentera Akuntansi, 2(2).
- Naufal, Reza Ahmad. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Produk Dalam Upaya Meningkatkan Minat Membeli Sepeda Motor Suzuki di Kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ningrum, Anita Sari dan Sigit Arie Wibowo. T.t. *Determinan Minat Masyarakat Dalam Berinteraksi di Pegadaian Syariah*. Seminar Nasional dan the 6th Call for Syariah Paper, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurnaningsih, Ratih. 2012. *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada PT. Avrist Assurance Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rifanto, Muchamat. 2017. *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Dana Pensiun (Studi Kasus Pada Bank Muamalat Cabang Yogyakarta)*. Yogyakarta: UIN SUKA.
- Silviana, Dewi. 2018. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoharjo*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Sterendisa, Melan. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Rahn di PT Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang*. Palembang: UIN Raden Fatah.

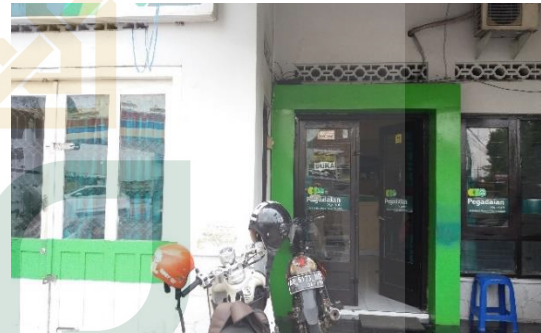
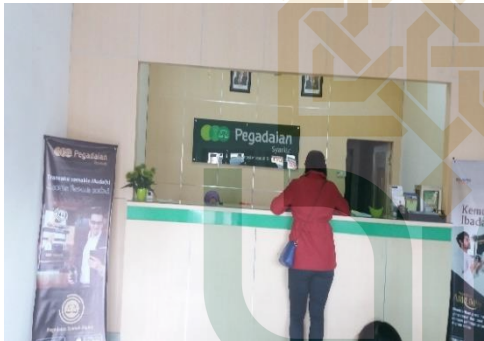
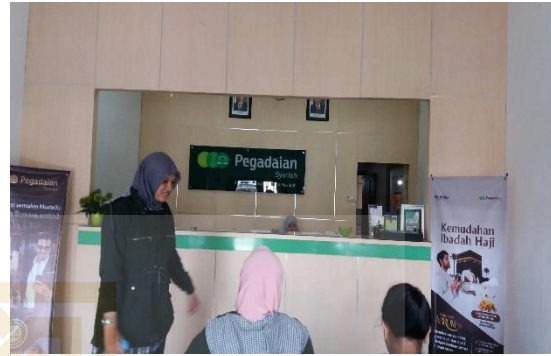
Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 25 DSN-MUI/III/2002
Tentang Rahn.

<https://pegadaiansyariah.co.id> (diakses pada tanggal 10 Oktober 2019
pukul 12.15)

<https://www.pegadaian.co.id/produk/rahn> (diakses pada tanggal 11
Oktober 2019 pukul 16)



Lampiran 3 : Foto Lokasi Tempat Penelitian



Lampiran 4: Surat Ijin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp (274) 589621, 512474, Fax. (274) 586117
E-mail: info@uin-suka.ac.id Yogyakarta 55281

Nomor : B-2706 /Un.02/DEB.1/PT.01.04/9/2019
Sifat : Penting
Lamp. : 3 bendel
Hal : Permohonan Izin Penelitian

29 November 2019

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Unit Pegadaian Syariah
di Sariharjo Sleman Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK RAHN DI PEGADALAN SYARIAH (STUDI KASUS PADA PEGADALAN SYARIAH UNIT SARIHARJO SLEMAN YOGYAKARTA)**", dengan Dosen Pembimbing Dr. Darmawan, S.Pd. MAB, diperlukan penelitian.

Oleh karena itu kami mengajukan permohonan izin kepada Bapak/Ibu Pimpinan Unit Pegadaian Syariah di Sariharjo, Sleman, Yogyakarta bagi mahasiswa kami :

Nama : Novia Tri Agustyaningsih

NIM : 16830018

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Alamat : Jln. Kalirurang km 7,3 Kayen CC Depok Sleman

untuk melakukan penelitian di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin. Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Proposal Skripsi
2. Fotocopy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
3. Fotocopy Kartu Rencana Studi (KRS)

Demikian surat permohonan ini disampaikan, atas diperkenalkannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

s.h. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

CURRICULUM VITAE

Nama : Novia Tri Agustyaningsih
Tempat, Tanggal Lahir : Sleman, 19 Agustus 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jln. Kaliurang km 7,3
No. HP : 082162918008
Email : noviagsty1908@gmail.com

**Formal Education**

2004-2010 : SD Muhammadiyah Kayen
2010-2013 : SMP N 2 Ngaglik
2013-2016 : MAN Yogyakarta 1
2016-Sekarang : UIN Sunan Kalijaga

Informasi Education

2016 : Internet and Computer Training
2016 : Pelatihan Bahasa Inggris dan Bahasa Arab P2B UIN
Sunan Kalijaga
2017-2018 : Bridung Course (Bahasa Inggris dan Arab)