



Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat dan Keputusan Nasabah Non-Muslim di Pegadaian Syariah

Cynthia Feliana Pratiwi, Intan Manggala*

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 4/4/2022

Revised : 7/7/2022

Published : 9/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 47 - 54

Terbitan : Juli 2022

ABSTRAK

Target pemasaran pegadaian syariah pada dasarnya ditunjukkan untuk kalangan menengah kebawah, usaha mikro, dan golongan berpenghasilan relatif kecil. Namun saat ini nasabah di pegadaian syariah semakin beragam, tidak hanya masyarakat muslim saja yang tertarik menjadi nasabah di pegadaian syariah, tetapi masyarakat non muslim juga tertarik menjadi nasabah di pegadaian syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Penelitian ini berupa penelitian lapangan (field research), metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan, reputasi, lokasi, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim, sedangkan yang mempengaruhi keputusan nasabah non muslim untuk menjadi nasabah hanya faktor pelayanan. Faktor produk dan transaksi syariah tidak mempengaruhi minat dan keputusan nasabah non muslim.

Kata Kunci : Minat; Keputusan; Nasabah Non Muslim.

ABSTRACT

The marketing targets for Islamic pawnshops is basically aimed at the lower middle class, micro-enterprises, and relatively small income groups. However, nowadays sharia pawnshop customers are increasingly diverse, not only Muslim people are interested in becoming customers at sharia pawnshop, but non-Muslim people are also interested in being customers at sharia pawnshops. This study aims to analyze the factors that influence the interest and decision of non-Muslim customers to become customers at the sharia pawnshop at the padayungan branch office Tasikmalaya city. This research is in the form of field research. The method used is descriptive quantitative research by distributing questionnaires to 30 non-Muslim customers at the sharia pawnshop branch office in Tasikmalaya city. The result of this study indicate that service, reputation, location, and promotion factors have a positive effect on the interest of non-Muslim customers, while the only service factor that affect the decision of non-Muslim customers. Product factors and sharia transaction do not affect the interests and decisions of non-Muslim customers.

Keywords : Interest; Decision; Non-Muslim Customer.

@ 2022 Jurnal Riset Ekonomi Syariah Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Lembaga keuangan syariah sangat diperlukan dalam perekonomian Indonesia saat ini, lembaga keuangan syariah ini berperan sebagai perantara antara masyarakat yang kelebihan dana dengan kelompok masyarakat yang membutuhkan dana (Maududi Islam *et al.*, 2021). Keberadaan lembaga keuangan syariah dapat membantu masyarakat mengatasi masalah keuangan atau meningkatkan taraf hidupnya. Lembaga keuangan syariah terdiri dari bank dan lembaga keuangan non-bank.

Menurut (Habibah, 2017), pegadaian syariah adalah salah satu lembaga keuangan non-bank di Indonesia. Dimana pegadaian syariah merupakan satu-satunya badan usaha yang telah resmi memperoleh izin untuk melakukan kegiatan lembaga keuangan berupa penyaluran pembiayaan kepada masyarakat yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang teguh pada prinsip syariah.

Target pemasaran pegadaian syariah pada dasarnya ditunjukkan untuk kalangan menengah kebawah, usaha mikro, dan golongan berpenghasilan relatif kecil. Namun saat ini nasabah pegadaian syariah semakin beragam, tidak hanya masyarakat muslim saja yang tertarik untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah, tetapi masyarakat non-muslim juga tertarik menjadi nasabah di pegadaian syariah. Pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya memiliki nasabah yang aktif sekitar 3.531 orang dengan nasabah muslim berjumlah 3.489 orang dan nasabah non-muslim sekitar 42 orang (Mulazid, 2012).

Menurut penelitian Siti Hadijah (2015), yang menjelaskan 30% dari seluruh nasabah pegadaian syariah KCPS Denpasar adalah nasabah non-muslim. Walaupun masih didominasi oleh masyarakat muslim namun tidak menutup kemungkinan jumlah nasabah non-muslim akan bertambah sesuai dengan peningkatan sosialisasi kepada masyarakat luas terutama menumbuhkan kesadaran bahwa bukan karena pegadaian dengan label syariah maka dikhususkan untuk orang muslim saja, namun pegadaian syariah ada untuk melayani seluruh masyarakat tanpa harus membedakan.

Selain itu, faktor-faktor yang mempengaruhi minat (2022) dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya meliputi faktor pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, dan transaksi syariah (Wahab, 2017).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, dan transaksi syariah terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya?” dan “bagaimana tingkat minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut; (1) untuk mengetahui pelayanan terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (2) untuk mengetahui reputasi terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (3) untuk mengetahui lokasi terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (4) untuk mengetahui promosi terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (5) untuk mengetahui produk terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (6) untuk mengetahui transaksi syariah terhadap minat dan keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (7) untuk mengetahui tingkat minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya, (8) untuk mengetahui tingkat keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

B. Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan deskriptif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya yang berjumlah 42 orang.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu non probability sampling dengan cara purposive sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 30 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

C. Hasil dan Pembahasan

Koefisien Determinasi (R-Square)

Berikut adalah uji koefisien determinasi yang digunakan untuk menunjukkan seberapa variabel X (independen) mempengaruhi variabel Y (dependen), dengan melihat nilai *Adjusted R-Squares* dalam menganalisis nilai regresi. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi Y1 (R-Squares)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,858	,42811

a. Predictors: (Constant), Syariah, Promosi, Lokasi, Produk, Reputasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 1. menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Squares* adalah 0,858 atau 85,8%. Artinya, pada penelitian ini hanya sebesar 85,8% variabel independen (pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, transaksi syariah) mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel dependen (minat). Sedangkan sisanya sebesar 14,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi Y2 (R-Squares)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,748	,683	120,487

a. Predictors: (Constant), T.Syariah, Promosi, Lokasi, Produk, Reputasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 2. Menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Squares* adalah 0,683 atau 68,3%. Artinya, pada penelitian ini hanya sebesar 68,3% variabel independen (pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, transaksi syariah) mampu menjelaskan hubungan dan pengaruhnya terhadap variabel dependen (keputusan). Sedangkan sisanya sebesar 31,7% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Berikut adalah uji F yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara bersama-sama. Hal ini dapat diketahui apabila nilai F hitung > F tabel atau nilai signifikasinya < 0,05, maka terdapat pengaruh signifikansi X terhadap Y. Nilai F tabel dapat ditentukan dengan menghitung $Df N1 = k - 1$ dan $Df N2 = n - k$, dimana:

$$Df N1 = 8 - 1 = 7$$

$$Df N2 = 30 - 8 = 22 \text{ sehingga nilai F tabel yaitu } 2,40$$

Hasil uji F (simultan) pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan) y1

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	33,151	6	5,525	30,147	,000 ^b
1 Residual	4,215	23	,183		
Total	37,367	29			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), T.Syariah, Promosi, Lokasi, Produk, Reputasi, Pelayanan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 3. menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $30,147 > 2,40$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, transaksi syariah terhadap variabel minat.

Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan) y2

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	99,277	6	16,546	11,398	,000 ^b
1 Residual	33,389	23	1,452		
Total	132,667	29			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), T. Syariah, Promosi, Lokasi, Produk, Reputasi, Pelayanan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4. Menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $11,398 > 2,40$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, transaksi syariah terhadap variabel keputusan.

Uji t (Parsial)

Berikut adalah uji t (Parsial) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel X terhadap variabel Y, dengan ketentuan apabila nilai t hitung $> t$ tabel atau nilai signifikasinya $< 0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y, begitupun sebaliknya. Nilai t tabel dapat diketahui dengan menghitung $df = n - k$ dimana $df = 30 - 8 = 22$, sehingga nilai t tabel adalah 2,074. Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji t (Parsial) y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	19,315	4,175		4,626	,000
Pelayanan	-,589	,084	-1,345	-7,020	,000
Reputasi	-,920	,249	-,518	-3,693	,001
1 Lokasi	,300	,100	,391	3,011	,006
Promosi	,350	,121	,328	2,893	,008
Produk	-,308	,221	-,210	-1,395	,176
T.Syariah	,299	,197	,233	1,521	,142

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5. Menunjukkan nilai t hitung dan nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut : (1) Nilai t hitung pada variabel pelayanan lebih besar dari nilai t tabel yaitu $-7,020 > 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga variabel pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel pelayanan ini Ha1 diterima dan Ho1 ditolak. (2) Nilai t hitung pada variabel reputasi lebih besar dari nilai t tabel yaitu $-3,693 > 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga variabel reputasi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel reputasi ini Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. (3) Nilai t hitung pada variabel lokasi lebih besar dari nilai t tabel yaitu $3,011 > 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$ sehingga variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel lokasi ini Ha3 diterima dan Ho3 ditolak. (4) Nilai t hitung pada variabel promosi lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,893 > 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ sehingga variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel promosi ini Ha4 diterima dan Ho4 ditolak. (5) Nilai t hitung pada variabel produk lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $-1,395 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,176 > 0,05$ sehingga variabel produk secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel produk ini Ha5 ditolak dan Ho5 diterima. (6) Nilai t hitung pada variabel transaksi syariah lebih besar dari nilai t tabel yaitu $1,521 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,142 > 0,05$ sehingga variabel syariah secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel produk ini Ha6 ditolak dan Ho6 diterima.

Tabel 6. Hasil Uji t (Parsial) y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,989	11,751		,169	,867
Pelayanan	,684	,236	,829	2,897	,008
Reputasi	-,181	,701	-,054	-,259	,798
1 Lokasi	-,129	,281	-,089	-,460	,650
Promosi	,104	,340	,052	,304	,764
Produk	,604	,622	,219	,971	,341
T.Syariah	-,678	,553	-,281	-1,226	,233

a. Dependent Variable: Keputusan

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 6. Menunjukkan nilai t hitung dan nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut: (1) Nilai t hitung pada variabel pelayanan lebih besar dari nilai t tabel yaitu $2,897 > 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$ sehingga variabel pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel reputasi ini Ha2 diterima dan Ho2 ditolak. (2) Nilai t hitung pada variabel reputasi lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $-0,259 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,798 > 0,05$ sehingga variabel reputasi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian

Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel reputasi ini Ha2 ditolak dan Ho2 diterima. (3) Nilai t hitung pada variabel lokasi lebih besar dari nilai t tabel yaitu $-0,460 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,650 > 0,05$ sehingga variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel lokasi ini Ha3 ditolak dan Ho3 diterima. (4) Nilai t hitung pada variabel promosi lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $0,304 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,764 > 0,05$ sehingga variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel promosi ini Ha3 ditolak dan Ho3 diterima. (5) Nilai t hitung pada variabel produk lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $0,971 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,341 > 0,05$ sehingga variabel produk secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel produk ini Ha3 ditolak dan Ho3 diterima. (6) Nilai t hitung pada variabel transaksi syariah lebih kecil dari nilai t tabel yaitu $-1,226 < 2,074$ dan nilai signifikansi sebesar $0,233 > 0,05$ sehingga variabel transaksi syariah secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Sehingga hipotesis pada variabel syariah ini Ha3 ditolak dan Ho3 diterima.

Tingkat Minat Tingkat Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya

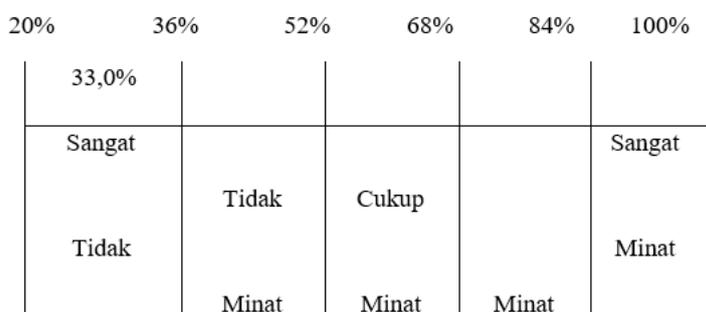
Minat nasabah non-muslim yang menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya dapat diketahui dengan melihat respon dari kuesioner terhadap variabel Y₁ (minat) pada garis kontinum. Garis kontinum dapat dihitung dengan melihat jumlah responden 30 dan nilai skala terbesar adalah 5 dan nilai skala terkecil 1 dengan 2 item pertanyaan dan total skor 247.

Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skala pengukuran terbesar} &= 5 \times 5 \times 30 = 750 \\ \text{Skala pengukuran terkecil} &= 1 \times 5 \times 30 = 150 \\ \text{Nilai persentase terbesar} &= \frac{750}{750} \times 100\% = 100\% \\ \text{Nilai persentase terkecil} &= \frac{150}{750} \times 100\% = 20\% \end{aligned}$$

Maka diperoleh nilai rentang yaitu $100\% - 20\% = 80\% : 5 = 16\%$

Total Skor : Skala pengukuran terbesar $\times 100\% = 247 : 750 \times 100\% = 33,0\%$



Gambar 1. Garis Kontinum Tingkat Minat Nasabah Non-Muslim

Berdasarkan gambar 1. dapat diketahui bahwa seluruh total skor pada variabel Y₁ (minat) yaitu sebesar 33,0% yang menunjukkan minat nasabah non-muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya berada pada tingkatan sangat rendah. Artinya, apabila minat seseorang hanya dikategori sangat tidak minat maka masih banyak nasabah non muslim yang belum berminat untuk menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Tingkat Keputusan Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya

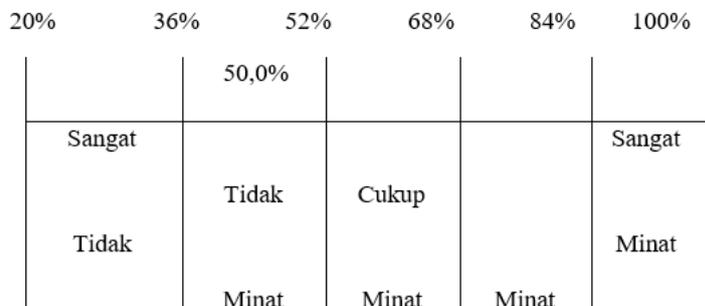
Keputusan nasabah non-muslim yang menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya dapat diketahui dengan melihat respon dari kuesioner terhadap variabel Y2 (keputusan) pada garis kontinum. Garis kontinum dapat dihitung dengan melihat jumlah responden 30 dan nilai skala terbesar adalah 5 dan nilai skala terkecil 1 dengan 5 item pertanyaan dan total skor 370.

Sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skala pengukuran terbesar} &= 5 \times 5 \times 30 = 750 \\ \text{Skala pengukuran terkecil} &= 1 \times 5 \times 30 = 150 \\ \text{Nilai persentase terbesar} &= \frac{750}{750} \times 100\% = 100\% \\ \text{Nilai persentase terkecil} &= \frac{150}{750} \times 100\% = 20\% \end{aligned}$$

Maka diperoleh nilai rentang yaitu $100\% - 20\% = 80\% : 5 = 16\%$

Total Skor : $\text{Skala pengukuran terbesar} \times 100\% = 370 : 750 \times 100\% = 50,0\%$



Gambar 2. Garis Kontinum Tingkat Keputusan Nasabah Non-Muslim

Berdasarkan gambar 2. dapat diketahui bahwa sebuah total skor pada variabel Y₂ (Keputusan) yaitu sebesar 50,0% yang menunjukkan keputusan nasabah non-muslim untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya berada pada tingkatan rendah. Artinya, apabila keputusan seseorang masih berada di kategori tidak minat maka harus lebih banyak sosialisasi tentang Pegadaian Syariah kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya agar keputusan nasabah non-muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya meningkat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

Faktor pelayanan berpengaruh positif terhadap minat dan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Semakin baik kinerja pelayanan yang diberikan oleh karyawan semakin besar pula minat dan keputusan nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Faktor reputasi berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Reputasi yang dipandang baik oleh nasabah membuat nasabah non muslim berminat menjadi nasabah tetapi bukan alasan nasabah non muslim mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Faktor lokasi berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Lokasi yang strategis membuat nasabah non muslim berminat untuk memilih menjadi nasabah tetapi bukan alasan nasabah

non muslim mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Faktor promosi berpengaruh positif terhadap minat, namun tidak berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Promosi yang dilakukan dengan baik oleh karyawan membuat nasabah non muslim berminat menjadi nasabah tetapi bukan alasan untuk membuat nasabah non muslim mengambil keputusan menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Faktor produk dan transaksi syariah tidak berpengaruh positif terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah dan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya. Faktor produk dan transaksi syariah tidak termasuk ke dalam faktor yang mempengaruhi nasabah non muslim berminat dan berkeputusan untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya karena dengan kinerja pelayanan yang baik, reputasi yang dipandang baik, lokasi yang strategis dan promosi yang menarik membuat nasabah non muslim berminat dan membuat keputusan untuk memilih menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang padayungan Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil dari uji F faktor pelayanan, reputasi, lokasi, promosi, produk, dan transaksi syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Padayungan Kota Tasikmalaya.

Daftar Pustaka

- Habibah, N. U. (2017). Perkembangan Gadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 82. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2095>
- Hadijah, S. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undikhsa*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/jjpe.v5i1.5076>
- Maududi Islam, M. R., Agus Putra, P. A., & Nurrachmi, I. (2021). Analisis Fikih Muamalah terhadap Penjaminan Pengembalian Modal Kerja Sama Usaha. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 63–67. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.392>
- Mulazid, A. S. (2012). *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia*. Kementerian Agama RI.
- Siti Salma, S. H., & Malik, Z. A. (2022). Pengaruh Persepsi Aparatur Sipil Negara Sekretaris Daerah Kabupaten Bandung Barat terhadap Minat Membayar Zakat Profesi. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.494>
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru. *Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 27.