

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MEMILIH
PRODUK GADAI (RAHN) DI BANK SYARIAH INDONESIA KCP LOMBOK AIKMEL**

Husnus Syifa¹, Busaini², Moh. Huzaini³

^{1,2,3}Universitas Mataram

Corresponding Author: syifadilah33@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor lokasi, pelayanan, religiulitas dan promosi terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Penelitian ini menggunakan analisis asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan NonProbability Sampling dengan teknik Accidental Sampling. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kemudian di olah menggunakan program SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial lokasi, pelayanan dan religiulitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai d BSI KCP Lombok Aikmel, sedangkan promosi tidak signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel.

Kata Kunci: Lokasi, Pelayanan, Religiulitas, Promosi, Minat Nasabah

1. PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian di Indonesia saat ini belum membaik, masih banyak adanya ketimpangan ekonomi, pengangguran dan tingkat kemiskinan yang tinggi, serta tingkat pendapatan perkapita yang masih rendah. Dengan permasalahan ekonomi yang ada sekarang ini, banyak munculnya lembaga-lembaga untuk mengatasi masalah ekonomi manusia, salah satunya lembaga keuangan syariah (Melen, 2017)

Pada saat ini Indonesia sudah memiliki beberapa banyak Bank yang berprinsip sesuai dengan syariah, diantaranya Bank Mandiri Syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah. Ketiga Bank tersebut telah berubah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) yang telah diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan pada tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Merger tersebut akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik.

Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) meliputi Tabungan Wadiah, Tabungan Mudharabah, Tabungan Haji, Tabungan Pensiun, Asuransi, serta, Gadai dan Cicil Emas. Salah satu produk yang banyak diminati oleh nasabah adalah Gadai Emas. Gadai emas

merupakan produk inovasi dari lembaga keuangan syariah yang mendapat respon dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dengan mengeluarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26/DSN-MU/III/2002 tentang gadai emas dan memperbolehkan gadai emas menggunakan akad Rahn sesuai sesuai dengan Fatwa 25/DSN-MU/III/2002 tentang Rahn (Harahap 2022).

Berdasarkan fatwa tersebut bank syariah tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari akad (qardh) untuk pengikat pembiayaan dari bank terhadap nasabah dan (rahn) untuk pengikat emas sebagai agunan atas pembiayaan emas sebagai agunan pembiayaan nasabah, Kecuali hanya sebatas mengambil biaya-biaya yang nyata diperlukan saja. Akan tetapi ada penambahan akad yaitu ijarah atas penitipan barang gadai.

Dalam islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiulitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat di lihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaanNya (Rahmawati & Mutmainah, 2020)

Masing-masing lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas gadai emas tentu memiliki pelayanan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Pelayanan yang diberikan pegadaian dan bank syariah merupakan daya tarik dan pilihan tersendiri bagi masyarakat dalam menentukan tempat untuk menggadaikan emasnya. Namun, pegadaian merupakan lembaga gadai yang lebih dikenal dan lebih dekat dengan masyarakat dalam hal gadai menggadai terutama emas. Seperti yang kita ketahui, emas tidak saja di minati sebagai sebuah perhiasan untuk mempercantik seorang wanita. Emas juga diminati sebagai investasi berjangka yang dianggap dapat mendatangkan keuntungan dikemudian hari. Minat seseorang untuk berinvestasi merupakan suatu usaha yang akan terus diupayakan berkembang dan agar investasi tersebut dapta menghasilkan keuntungan bagi pemiliknya. Memahami minat konsumen tidaklah mudah, agar tujuan pemasaran tercapai pemasar harus mempelajari keinginan, persepsi, preferensi serta perilaku dan minat sasaran mereka. Individu-individu selalu membuat keputusan atau pilihan di antara dua alternatif atau lebih (Mukti et al., 2020).

Berdasarkan pengamatan dilapangan pertumbuhan produk gadai syariah menunjukkan

peningkatan yang pesat di BSI Kcp Lombok Aikmel, seperti yang terdapat pada table berikut yang merupakan perkembangan jumlah nasabah layanan gadai di BSI Kcp Lombok Aikmel selama tiga tahun terakhir.

Tabel 1 Jumlah nasabah layanan gadai di BSI Kcp Lombok Aikmel

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	250
2022	700
2023	870

Sumber: BSI KCP Lombok Aikmel

Seperti yang terdapat pada table 1 diatas, perkembangan nasabah yang menggunakan produk gadai (Rahn) di BSI Kcp Lombok Aikmel terus meningkat hingga saat ini. Pada tahun 2021 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai (Rahn) berjumlah 250 nasabah. Pada tahun 2022 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai (Rahn) berjumlah 700 nasabah dan pada tahun 2023 jumlah nasabah yang menggunakan produk gadai (Rahn) berjumlah 870 nasabah. Sehingga peneliti ingin mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk gadai (Rahn) sehingga tumbuh menjadi pesat dan dapat menarik minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif, yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yang terdiri dari variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Jumlah sampel dalam penelitian ini 100 nasabah. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket, yaitu teknik pengambilan data dengan cara mengajukan pertanyaan/pernyataan tertulis kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan sebagai pengukur sikap, pendapat dan persepsi kelompok orang mengenai fenomena yang ada. Analisis data dilakukan dengan tahapan uji statistic deskriptif, uji validitas, uji reliablitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (Uji F dan Uji T) dan Uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS Versi 22.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data karakteristik responden digunakan untuk melihat gambaran nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini, yang kemudian akan diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur dan pekerjaan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	22	22.0	22.0	22.0
	Perempuan	78	78.0	78.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan hasil tabel 2 di atas bahwa jumlah 100 nasabah yang digunakan sebagai responden, menunjukkan jumlah nasabah perempuan lebih tinggi pada nasabah laki-laki. Jumlah nasabah perempuan sebanyak 78 orang atau 78%. Sedangkan jumlah nasabah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 22 orang atau 22%

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berikut ini merupakan tabel dari 100 responden yang digolongkan berdasarkan frekuensi usia setiap nasabah yang menggunakan layanan gadai (*rahn*) di BSI Kcp Lombok Aikmel.

Tabel 3 Karakteristik Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	>50	7	7.0	7.0	7.0
	18-30	19	19.0	19.0	26.0
	31-40	40	40.0	40.0	66.0
	40-50	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan table 3 Responden dengan usia yang paling dominan menggunakan layanan gadai (*rahn*) yaitu berada diangka 31-40 tahun yaitu sebanyak 40 orang atau 40%, responden yang ber usia 40-50 tahun sebanyak 34 Orang atau 34%, reponden yang ber usia 18-30 tahun sebanyak 19 orang atau 19%, dan responden yang paling minim menggunakan layanan gadai(*rahn*) yaitu ber usia > 50 tahun yakni sebanyak 7 orang atau 7%.

3. Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan table dari data 100 responden yang digolongkan berdasarkan status pekerjaan responden yang menggunakan layanan gadai(*rahn*) di Bank Syariah Indonesia KCP

Lombok Aikmel.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lainnya	15	15.0	15.0	15.0
	pedagang	36	36.0	36.0	51.0
	Pegawai swasta	8	8.0	8.0	59.0
	PNS	16	16.0	16.0	75.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil output SPSS 22

Berdasarkan table 4 responden yang memiliki proporsi terbanyak berdasarkan pekerjaan adalah sebagai pedagang yaitu sebanyak 36 orang atau 36% dari keseluruhan responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 25 orang atau 25%, dari keseluruhan responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS 16 orang atau 16% dari keseluruhan responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai lainnya 15 orang atau 15% dari keseluruhan responden, dan responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 8 orang atau 8% dari keseluruhan responden,

Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Pearson Correlation	R tabel	Keterangan
Lokasi	X1.1	0.247	0.196	Valid
	X1.2	0.558	0.196	Valid
	X1.3	0.556	0.196	Valid
	X1.4	0.767	0.196	Valid
	X1.5	0.598	0.196	Valid
Pelayanan	X2.1	0.572	0.196	Valid
	X2.2	0.490	0.196	Valid
	X2.3	0.822	0.196	Valid
	X2.4	0.360	0.196	Valid
	X2.5	0.439	0.196	Valid
Religiulitas	X3.1	0.368	0.196	Valid
	X3.2	0.559	0.196	Valid
	X3.3	0.583	0.196	Valid
Promosi	X4.1	0.671	0.196	Valid
	X4.2	0.587	0.196	Valid
	X4.3	0.752	0.196	Valid

	X4.4	0.423	0.196	Valid
Minat Nasabah	Y1	0.429	0.196	Valid
	Y2	0.746	0.196	Valid
	Y3	0.397	0.196	Valid

Sumber: Data primer di olah.

Berdasarkan table 5 di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai nilai pearson correlation pada setiap item pernyataan X1. 1 Sampai Y3 (Terdiri dari 20 pernyataan) dinyatakan valid karena nilai r hitung semuanya lebih besar dari r table.

Uji Reabilitas

Reliabilitas digunakan dalam pengujian akan kemampuan suatu hasil pengukuran relatif konsisten jika dalam pengukurannya diulangi dua kali atau lebih (Sugiyono, 2016). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 6 Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	25

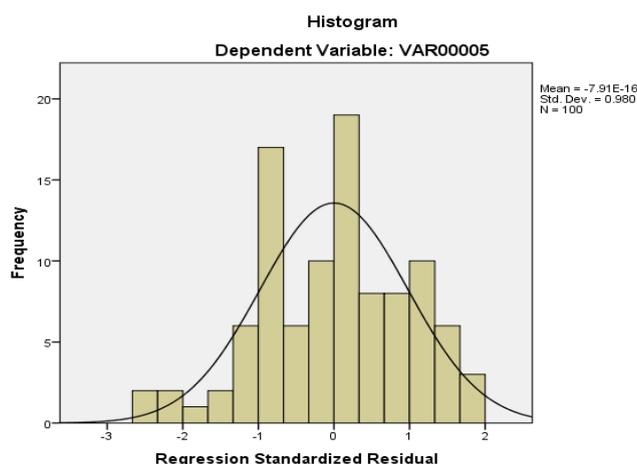
Sumber: Data primer di olah menggunakan SPSS V22

Berdasarkan lampiran table 6 di atas dapat dilihat nilai cronbach's Alpha sebesar 0.620 lebih besar dari 0.60. dengan demikian semua variabel dalam penelitian dapat dikatakan reliabel.

Hasil Uji Asunmsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas



Berdasarkan grafik histogram di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena memiliki karakteristik berbentuk seperti lonceng dan tidak melenceng ke kanan atau ke kiri sehingga model penelitian ini dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

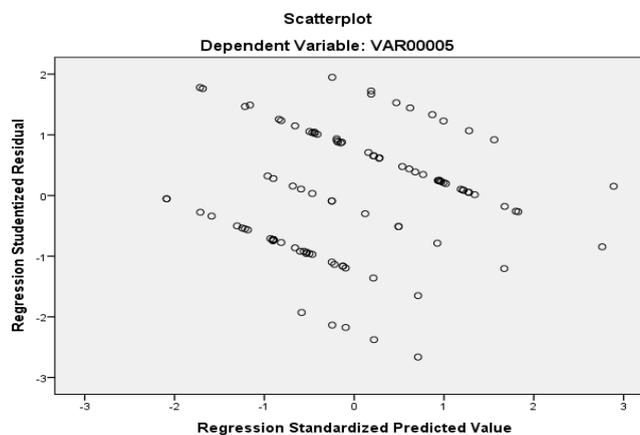
2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas atau tidak. Berdasarkan table 4.6 uji multikolinearitas nilai VIF yang diperoleh semua variabel < 10 maka hasil uji menyatakan tidak terdapat multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan lain.

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan lampiran gambar di atas terlihat titik-titik data menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 dan tidak membentuk suatu pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berikut disajikan table analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 7 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Koefisien yang tidak standar B	Koefisien standar Sig	VIF
(constant)	1.283	.611	
Lokasi	.193	.002	1.049
Pelayanan	.248	.005	1.082
Religiulitas	.396	.000	1.093
Promosi	-.106	.063	1.125

- 1 Nilai konstanta sebesar 1.283, artinya terdapat pengaruh yang searah antara lokasi, pelayanan, religiulitas, dan promosi terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai(*rahn*) di BSI Kcp Lombok Aikmel. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi, pelayanan, religiulitas, dan promosi mengalami perubahan maka nilai minat nasabah terhadap produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel adalah 1. 283.
- 2 Nilai koefisien regresi lokasi sebesar 0.193 nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Hal ini meyakini bahwa jika lokasi strategis dan semakin cepat dijangkau, maka minat nasabah menggunakan terhadap produk (*rahn*) di BSI KCP Lombok Aikmel akan meningkat sebesar 0.193.
- 3 Nilai koefisien regresi pelayanan sebesar 0.248 nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel pelayanan dan minat nasabah terhadap produk gadai. Hal ini meyakini bahwa semakin bagus kualitas pelayanan maka minat nasabah terhadap produk gadai(*rahn*) di BSI KCP Lombok Aikmel akan meningkat sebesar 0.248.
- 4 Nilai koefisien regresi religiulitas sebesar 0.396 memiliki nilai positif. Hal ini meyakini bahwa semakin tinggi tingkat religiulitas seseorang maka minat nasabah menggunakan terhadap produk (*rahn*) di BSI KCP Lombok Aikmel akan meningkat sebesar 0.396.
- 5 Nilai koefisien regresi promosi sebesar -0.106, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negative (berlawanan arah) antara variabel promosi dan agresivitas nasabah terhadap produk gadai. Hal ini meyakini bahwa semakin bagus promosi maka minat nasabah terhadap produk gadai(*rahn*) di BSI KCP Lombok Aikmel akan menurun sebesar 0.471.

Hasil Uji Signifikansi

1. Uji Simultan

Uji F (Simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent dalam penelitian ini secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel lokasi, pelayanan, religiulitas dan promosi secara Bersama-sama (Simultan) memiliki pengaruh terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0.000 yaitu lebih kecil dari 0.05 dan hasil F hitung 7.571 > F table 2.469.

2. Uji Parsial

Uji T (Parsial) merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

a. Lokasi

Nilai signifikansi lokasi adalah sebesar $0.002 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara variabel lokasi terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table didapatkan nilai t hitung $3.196 > t \text{ table } 1.985$ sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_{a1}) diterima karena hasil uji parsial menunjukkan bahwa lokasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel.

b. Pelayanan

Nilai signifikansi pelayanan adalah sebesar $0.005 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara variabel pelayanan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table didapatkan nilai t hitung $2.885 > t$ table 1.985 sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_{a2}) diterima karena hasil uji parsial menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel.

c. Religiulitas

Nilai signifikansi religiulitas adalah sebesar $0.000 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara variabel religiulitas terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table didapatkan nilai t hitung $3.967 > t$ table 1.985 sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_{a3}) diterima karena hasil uji parsial menunjukkan bahwa religiulitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel.

d. Promosi

Nilai signifikansi promosi adalah sebesar $0.063 > 0.05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel variabel terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t table didapatkan nilai t hitung $-1.882 < t$ table 1.985 sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H_{a4}) diterima karena hasil uji parsial menunjukkan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel terikat mampu dijelaskan oleh variabel bebas. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan nilai koefisien determinasi yang diperoleh yaitu 0.210 . Hal ini berarti bahwa variabel lokasi, pelayanan, religiulitas dan promosi berpengaruh terhadap faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan gadai di BSI KCP Lombok Aikmel sebesar 21% . Sedangkan sisanya 79% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi ini.

Pembahasan

1. Pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menggunakan layanan gadai

Variabel lokasi menunjukkan nilai signifikan 0.002 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 , apabila nilai signifikan < 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan $3.196 > T$ table yaitu 1.985 . Hal ini menunjukkan

bahwa hipotesis (H1) dalam penelitian ini diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah memilih layanan gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iranati (2017) bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah di bank syariah.

2. Pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan layanan gadai

Variabel pelayanan menunjukkan nilai signifikan 0.005 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, apabila nilai signifikan < 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan 2.885 $>$ T table yaitu 1.985. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H2) dalam penelitian ini diterima., sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah memilih layanan gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tri Retnosari (2023) dengan hasil penelitian bahwa pelayanan yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat memilih produk gadai emas di BSI KCP Magetan MT Haryono I.

3. Pengaruh religiulitas terhadap minat nasabah menggunakan layanan gadai

Variabel religiulitas menunjukkan nilai signifikan 0.000 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, apabila nilai signifikan < 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan 3.967 $>$ T table yaitu 1.985. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H3) dalam penelitian ini diterima., sehingga dapat disimpulkan bahwa religiulitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tiara Sulaika (2020) bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri KCP Medan Iskandar Muda.

4. Pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan layanan gadai

Variabel promosi menunjukkan nilai signifikan 0.063 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0.05, apabila nilai signifikan > 0.05 maka variabel tersebut dinyatakan tidak signifikan. Selain itu nilai T hitung yang di dapatkan -1.882 $<$ T table yaitu 1.985. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis (H4) dalam penelitian ini ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai di BSI KCP Lombok Aikmel. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Avantiana Febrilia (2023) dengan hasil penelitian bahwa variabel promosi terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa

secara parsial variabel lokasi, pelayanan, religiulitas berpengaruh positif signifikan, sedangkan variabel promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih layanan gadai (rahn) di BSI KCP Lombok Aikmel. Sedangkan secara simultan lokasi, pelayanan, religiulitas, dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah memilih layanan gadai (rahn) di BSI KCP Lombok Aikmel. Adapun rekomendasi saran bagi lembaga keuangan khususnya BSI KCP Lombok Aikmel agar kedepannya lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan promosi agar nasabah mengenal lebih dalam tentang produk-produk yang ada di BSI KCP Lombok Aikmel untuk meningkatkan jumlah nasabah dan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan tema yang sama diharapkan untuk melakukan penyempurnaan dengan memperluas ruang lingkup variabel yang akan diteliti, objek penelitian, maupun teknik analisis data yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

BSI Kcp Lombok Aikmel

Crow. 1984. Psikologi Pendidikan. Terjemahan Rochman Abror. Nur Cahaya. Yogyakarta.

Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegor

Harahap, T. S. R. (2020). Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda. Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, 11(1), 1. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.493>

Iranati, R. B. O. (2017). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Tangerang Selatan). Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kasmir. 2004. Pemasaran Bank. Penada Media: Jakarta

Khotimah, K., & Febrilia, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Nilai Taksiran Gadai Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Bsi) Kcp Jember Balung (Issue November). http://digilib.uinkhas.ac.id/15361/1?A_VANTIANA_FEBRILLA_E20181072.pdf

Melen, S. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk gadai (Rahn) Di PT. Pegadaian Syariah. Skripsi, 150.

Mukti, T., Ilmu, F., Islam, A., & Indonesia, U. I. (2020). Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 6 (02), 2020 , 239-245 Peran Pegadaian Syariah dalam Literasi Keuangan Syariah. 6(02), 239–245.

Olii, N. F., & Yusuf, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Pada Cabang Pegadaian Syariah (Cps) Datoe Binangkang. Kunuz: Journal of Islamic Banking and Finance, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.30984/kunuz.v1i1.24>

Rahmawati, A. L., & Mutmainah, K. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang). Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE), 1(2), 209–220. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1217>

Retnosari T. (2023). Pengaruh Taksiran Harga, Biaya Pemeliharaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Magetan Memilih Produk Gadai Emas di BSI KCP Magetan Maryono 1. Skripsi. IAIN PONOROGO

Sugiyono, S. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.