

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Lembaga ekonomi yang ikut memberi warna pembangunan ekonomi masyarakat merupakan lembaga ekonomi syariah. Bersamaan dengan terdapatnya undang-undang yang membahas tentang lembaga ekonomi serta keuangan syariah, beberapa orang yang tahu pertumbuhan kasus sosial ekonomi masyarakat membagikan reaksi dengan berbakat meningkatkan ide untuk membangun lembaga keuangan syariah baik dalam bentuk bank ataupun non bank.¹

Lembaga keuangan non bank yakni seluruh badan yang melaksanakan aktivitas yang bergerak di bagian keuangan non bank, menghimpun dana baik itu melakukannya dengan langsung maupun tidak langsung dengan menghasilkan kertas berharga, serta memberikan kepada masyarakat sendiri, agar membantu pemodal perusahaan.² Semacam, Pegadaian syariah ialah lembaga keuangan syariah non bank yang memberikan transaksi pembiayaan serta jasa gadai dan bersumber pada prinsip Islam.³

Secara umum produk jasa layanan Pegadaian Syariah terdiri atas aktivitas penghimpunan dana serta penyaluran dana. Perihal yang samapula dicoba oleh Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Pegadaian Syariah dan BPRS di Jombang

¹ Ahmad Rodoni, *Investasi Syariah* (Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Jakarta, 2019), 31.

² Thomas Suyatno, *Kelembagaan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 13.

³ Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, edisi kedua* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017), 402.

memiliki perbedaan yang diantaranya tahun pendirian, lokasi, produk, promosi dan harga:

Tabel 1.1
Data Tahun Pendirian, Lokasi, Produk, Promosi dan Harga
Pegadaian Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Jombang
Tahun 2020

No.	Perbedaan	Pegadaian Syariah Jombang	Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang
1.	Tahun Pendirian	Berdiri pada tahun 2009	Berdiri pada tahun 2008
2.	Lokasi	(Komplek Ruko, Jalan KH. Wahid Hasyim Nomor 27 Jombang). Pegadaian Syariah Jombang ini lokasinya strategis, dan lokasinya mudah dijangkau oleh masyarakat.	(Jalan A. Yani Ruko Citra Niaga Blok E_11 Pasar Legi Jombang). Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang lokasinya didalam pasar legi Jombang, serta BPRS ini memang bertujuan ke usaha mikro.
3.	Produk	a. <i>Rahn</i> : <i>Rahn</i> merupakan penyelesaian yang benar untuk kebutuhan dana yang prosesnya cepat dengan prinsip syariah. Cepat prosesnya, nyaman dan aman penyimpanannya. Benda yang dibuat agunan bisa dalam bentuk emas batangan, emas perhiasan, berlian, HP, laptop, atau benda elektronik yang lain,serta mobil, sepeda motor atau benda bergerak lainnya. Berjangka waktu 4 bulan serta bisa diperpanjang berulang kali.	a. <i>Murabahah</i> : <i>Murabahah</i> ialah penjualan dan pembelian barang dari harga asal dan mengambil dengan bonus keuntungan yang telah disetujui. Dengan kurun waktu yang telah ditentukan. b. <i>Musyarakah</i> : <i>Musyarakah</i> ialah akad kerjasama antara 2 kelompok ataupun lebih buat mengembangkan usaha, tiap-

	<p>b. <i>Arrum</i>: <i>Arrum</i> merupakan pembiayaan dengan proses syariah yang bertujuan mengembangkan Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM). Barang agunan BPKB kendaraan sepeda motor. Pembiayaan <i>Arrum</i> BPKB memiliki kurun waktu dari 12, 18, 24, serta 36 bulan.</p> <p>c. <i>Mulia</i>: <i>Mulia</i> merupakan pilihan layanan investasi untuk perdagangan emas batangan bagi warga dengan cara uang langsung ataupun mencicil dengan cara yang gampang serta kurun waktu waktu yang baik. Barangnya berupa emas batangan. kurun waktu cicilannya dimulai dari 3 bulan sampai 36 bulan.</p> <p>d. <i>Amanah</i>: <i>Amanah</i> merupakan memberikan sebuah pinjaman yang berpegang teguh pada syariah untuk pengusaha mikro atau kecil, karyawan dalam serta karyawan luar dan handal. Untuk membeli kendaraan sepeda motor. Hanya memerlukan bukti instansi pemerintah/swasta minimum 2 tahun telah memiliki usaha ataupun bekerja sebagai karyawan. Kurun waktu pembiayaannya mulai dari</p>	<p>tiap kelompok membagikan kontribusi dana serta ataupun karya/kemampuan dengan persetujuan keuntungan serta resiko/efeknya jadi tanggungan semua kelompok. Kurun waktu pembiayaan sesuai jadwal penyelesaian proyek.</p> <p>c. <i>Mudharabah</i>: <i>Mudharabah</i> ialah kerjasama diantara yang memiliki modal sertayang menjalankan sebuah usaha berdasarkan persetujuan untuk hasil (<i>nisbah</i>). Kurun waktu yang sinkron terhadap penyelesaian proyek.</p> <p>d. <i>Ijarah</i>: <i>Ijarah</i> merupakan akad memindah wewenang yang bertujuan untuk sesuatu jasa serta/ataupun sebuah benda dalam kurun waktu tertentu dengan membayar sewa (<i>ujrah</i>) seperti upah atas tempat sewa dengan tidak adanya iringan atas pemindahan kepemilikan. Jangka waktu pembiayaan fleksibel.</p> <p>e. <i>Rahn</i>: <i>Rahn</i> merupakan dimana bank membagikansarana pinjaman</p>
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>12 bulan hingga dengan 60 bulan.</p> <p>e. Tabungan Emas: Tabungan Emas merupakan bantuan dalam pembelian dan penjualan emas dengan sarana titipan dan dengan biaya sedang atau terjangkau. Bantuan ini memberikan fasilitas kepada orang-orang pada umumnya untuk menempatkan sumber daya menjadi emas atau berinvestasi emas.</p> <p>Pembelian dapat dilakukan dalam kelipatan 0.01 gram. Harga pembelian adalah harga terbaru setiap harinya.</p> <p>Saldo emas Anda dapat diuangkan ke pegadaian jika Anda memiliki setidaknya 1 gram emas.</p> <p>f. Pembayaran: Pembayaran (Multi Pembayaran Online) memberikan jawaban pembayaran yang lebih sederhana untuk berbagai tagihan yang anda miliki (listrik, pulsa, telephone, air minum, kereta, dll.).</p>	<p>bersumber pada prinsip <i>qardh</i> kepada nasabah dengan menjaminkan emas.</p> <p>Jangka waktu pembiayaan 120 hari.</p>
4.	Promosi	<p>a. Promosi dalam wujud tabungan emas untuk nasabah ketika melaksanakan perundingan produk pegadaian Amanah, dengan ketentuan nasabah melakukan perundingan tersebut baik motor ataupun mobil.</p> <p>b. Pembukaan tabungan emas hanya membayar Rp 10.000, biasanya Rp 50.000.</p>	<p>Bila memakai produk <i>Murabahah</i> bisa diskon margin dikala pelunasan dini. Serta memperoleh diskon <i>ujrah</i> dikala pelunasan dini.</p>

5.	Harga	Produk <i>rahn</i> di Pegadaian Syariah Jombang, Pinjaman (Marhun Bih) pada pembiayaan <i>Rahn</i> ini mulai dari Rp 50.000 sampai dengan Rp 1.000.000.000 keatas dengan memiliki jangka waktu pinjaman selama 4 bulan serta bisa diperpanjang kapanpun dan berkali-kali. Pelunasan pembiayaan <i>Rahn</i> bisa dilakukan sewaktu-waktu dengan perhitungan <i>Mu'nah</i> selama masa pinjaman.	Produk <i>rahn</i> di Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang, jumlah maksimum pembiayaan Rp 250.000.000 per nasabah. Serta jangka waktu maksimal 120 hari atau 4 bulan.
----	-------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Hasil Observasi (2020)

Tabel 1.1 menjelaskan Perbedaan antara Pegadaian Syariah dengan BPRS di Jombang bahwa Pegadaian Syariah Jombang lebih strategis, serta lokasinya terlihat oleh pengendara daripada di Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah juga memiliki produk yang sama dengan Pegadaian Syariah yaitu *Rahn*. Produk *Rahn* dalam Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank menyediakan perlengkapan pinjaman bersumber pada hakikatnya *qardh* bagi nasabah yang menjaminankan emas. Berbeda dengan Pegadaian Syariah dalam produk *Rahn* memiliki syarat barang jaminan yang cukup banyak, dibandingkan dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah syarat barang jaminannya hanya emas bisa berupa batangan/perhiasan/lantakan/koin/uang emas. Meskipun tahun berdirinya Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang lebih lama, tetapi lokasi, produk, promosi dan harga Pegadaian Syariah Jombang lebih menarik. Dapat dilihat dari perbedaan tahun pendirian, lokasi, produk, promosi dan harga antara Pegadaian Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Jombang

bahwa Pegadaian Syariah Jombang lokasinya lebih strategis, barang jaminan dalam produk lebih banyak pilihan, promosi yang menarik daripada di Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang dan harga dalam pembiayaan *rahn* di Pegadaian Syariah Jombang maksimalnya lebih besar. Serta masyarakat masih awam tentang lembaga keuangan non bank yang menggunakan sistem syariah, kebanyakan mereka mendapatkan informasi dari orang sekitar dan sepengetahuan mereka bahwa lembaga syariah itu sesuai ajaran Al-Qur'an dan Hadist.

Marketing Mix merupakan salah satu aktivitas pemasaran yang dapat mendukung berhasil tidaknya suatu usaha yang dijalankan suatu perusahaan. Seperti, yang dikenal dengan istilah 4P yaitu *product, price, place, and promotion*. Selain *marketing mix* yang menjadi keputusan pembelian.⁴ Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian. Seperti, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.⁵ Sebelum mengidentifikasi masalah penelitian, kegiatan observasi awal ini memang dijadikan sebagai cara yang terbaik dalam memperoleh informasi awal sebelum menentukan masalah. Artinya, suatu identifikasi masalah pun membutuhkan observasi. Sehingga masalah yang diidentifikasi adalah benar-benar masalah nyata dan aktual.⁶ Maka alasan nasabah memilih Pegadaian Syariah Jombang dari kuesioner 35 responden atau nasabah adalah sebagai berikut:

⁴ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas, Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), 4.

⁵ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), 178.

⁶ Nikolaus Pasassung, *Menulis Skripsi* (Baruga: Unsultra Press, 2019), 27-28.

Tabel 1.2
Alasan Nasabah Memilih Pegadaian Syariah Jombang

No.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Pegadaian Syariah Jombang	Jumlah (Nasabah)
1.	Budaya	9
2.	Sosial	12
3.	Pribadi	7
4.	Psikologis	7

Sumber: Hasil Observasi (2020)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat 9 nasabah yang memilih budaya, 12 nasabah memilih sosial, 7 nasabah memilih pribadi. Sedangkan 7 nasabah memilih psikologi. Sehingga dari kesimpulan diatas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan nasabah adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Karena hasil penyebaran kuesioner tersebut selisih 2 dan 3 responden atau nasabah.

Faktor-faktor diatas cukup berpengaruh dalam memajukan nasabah ketika mengambil keputusan di Pegadaian Syariah Jombang. Budaya menerangkan pada nilai-nilai, gagasan, artefak dan simbol-simbol lain yang memiliki arti dan menolong nasabah untuk berkomunikasi kepada sesama, melakukan perkiraan dan pengoreksian sebagian masyarakat. Budaya tidak hanya konseptual seperti nilai-nilai, pemikiran dan keyakinan, budaya juga dapat memiliki jenis barang dan jasa material yang digunakan oleh masyarakat.

Nasabah ialah makhluk sosial, merupakan makhluk yang tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Masyarakat di sekitarnya sangat baik mungkin dianggap sebagai lingkungan sosial nasabah. Nasabah harus mengidentifikasi satu sama lain, nasabah harus saling mengontrol perilaku, kebiasaan, sikap, keyakinan dan nilai-nilai yang diuraikan sebagai signifikan.

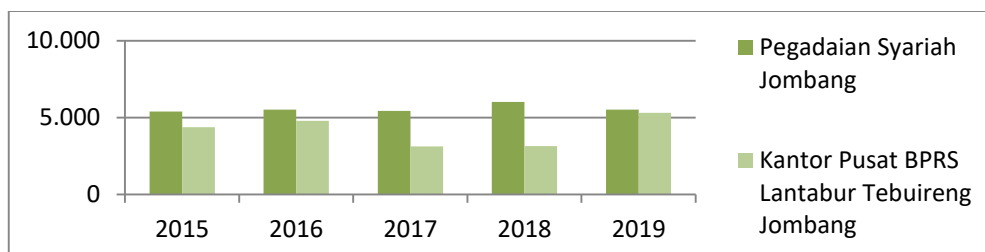
Faktor pribadi adalah metode pengelompokan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Faktor pribadi seperti, usia dan tahapan dalam siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Sebab beberapa ciri-ciri ini berdampak langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka seksama. Mengingat arti penting pelanggan sebagai kunci sukses usaha maka perusahaan harus dapat menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hubungan jangka panjang yang dimaksud bukan sekedar hubungan yang semu yaitu hubungan komunikasi satu arah dan bersifat sementara.

Selain faktor budaya, sosial dan pribadi, faktor psikologis bisa membangkitkan nasabah untuk mengambil keputusan dalam memilih, mengatur dan menguraikan rangsangan tersebut menjadi gambaran yang bermakna dan melekat. Sekelompok proses psikologis bergabung dengan karakteristik konsumen tertentu untuk memberikan proses keputusan dan kepuasan pembelian.⁷

Berikut ini adalah jumlah nasabah Pegadaian Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Jombang pada Tahun 2015-2019:

⁷ Roni Andespa, *Pengaruh Budaya Dan Keluarga Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam, 2017, 35-36.

Gambar 1.1
Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat
Syariah di Jombang Tahun 2015-2019



Sumber: Hasil Observasi (2020)

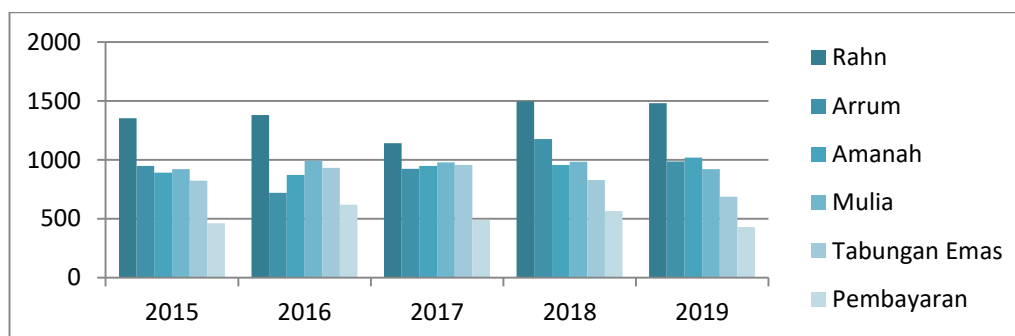
Gambar 1.1 diagram dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah nasabah di Pegadaian Syariah Jombang lebih banyak meskipun jumlah nasabah tidak stabil daripada di Kantor Pusat BPRS Lantabur Tebuireng Jombang. Pegadaian Syariah Jombang juga merupakan sebuah cabang pegadaian syariah yang memiliki unit di Jombang, Kediri, dan Madiun. Serta nasabah atau masyarakat beranggapan semua lembaga keuangan ini sama. Masyarakat awam tidak tahu bahwa sebenarnya Pegadaian Syariah diawasi oleh DPS, MUI dan terdaftar di OJK. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah hanya terdaftar di OJK.

Rahn (jaminan) ialah kegiatan yang menjaminkan beberapa barang berharga pada pihak tertentu, agar *rahin* mendapatkan uang dan barang yang dijaminkan akan dilunasi atau diambil oleh *rahin*, yang sama dengan perjanjian diawal yaitu *rahin* dengan *murtahin*.⁸ Nasabah tidak usah bimbang karena barangnya tidak akan hilang menggunakan produk *rahn* (jaminan), barang tersebut memiliki fungsi sebagai jaminan. Jumlah uang yang diharapkan bisa sama dengan harga barang yang akan dijaminkan oleh *rahin*.

⁸ Kashmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Press, 2008), 262.

Berikut adalah data pendapatan Pegadaian Syariah Jombang dari beberapa jenis produk pembiayaan yang ada. Dapat dilihat digambar berikut ini:

Gambar 1.2
Jumlah Nasabah dari Produk Pembiayaan Pegadaian Syariah Jombang
Tahun 2015-2019



Sumber: Hasil Observasi (2020)

Gambar 1.2 diagram dapat disimpulkan dari beberapa jenis produk pembiayaan yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah Jombang pembiayaan *Rahn* menjadi jenis pembiayaan yang cukup besar menjadi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di Pegadaian Syariah Jombang. Tahun 2015 *Rahn* memiliki jumlah nasabah sebesar 1.352 nasabah ini menjadi jumlah nasabah terbesar dibandingkan jenis lainnya yang mana *Arrum* hanya 948 nasabah, *Amanah* hanya 891 nasabah, dan *Mulia* hanya 921 nasabah, tabungan emas hanya 823 nasabah dan pembayaran hanya 462. Pada akhir tahun 2019 *Rahn* memiliki jumlah sebesar 1.482 nasabah.

Bersumber dari latar belakang ini, peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk *Rahn* (Jaminan) Di Pegadaian Syariah Jombang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor budaya nasabah di Pegadaian Syariah Jombang?
2. Bagaimana faktor sosial nasabah di Pegadaian Syariah Jombang?
3. Bagaimana faktor pribadi nasabah di Pegadaian Syariah Jombang?
4. Bagaimana faktor psikologis nasabah di Pegadaian Syariah Jombang?
5. Bagaimana keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di Pegadaian Syariah Jombang?
6. Bagaimana pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di Pegadaian Syariah Jombang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka dapat menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor budaya nasabah di Pegadaian Syariah Jombang.
2. Untuk mengetahui faktor sosial nasabah di Pegadaian Syariah Jombang.
3. Untuk mengetahui faktor pribadi nasabah di Pegadaian Syariah Jombang.
4. Untuk mengetahui faktor psikologis nasabah di Pegadaian Syariah Jombang.
5. Untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di Pegadaian Syariah Jombang.

6. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di Pegadaian Syariah Jombang.

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka dapat diharapkan penelitian ini mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

Hasil penelitian berikut diharapkan dapat menjadikan tambahan wawasan bahwa Pegadaian Syariah merupakan salah satu bagian dari ekonomi Islam.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Bagi Lembaga Pegadaian Syariah

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengelola Pegadaian Syariah agar bisa lebih meningkatkan dan mengembangkan pelayanan jasa, sosialisasi dan pemanfaatan produk *rahn* untuk nasabah atau masyarakat umum.

- b. Bagi Penulis

Menambah informasi dan mengetahui pandangan masyarakat umum atau nasabah terhadap keputusan pemilihan produk *rahn* Pegadaian Syariah. Demikian juga dengan ilmu yang diperoleh selama kuliah di IAIN Kediri.

- c. Bagi Akademis

Dapat dijadikan sebagai karya ilmiah yang memberi manfaat,

khususnya bagi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri dan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu perspektif untuk penelitian selanjutnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban yang memiliki sifat sementara terhadap masalah penelitian yang seharusnya masih harus diuji dengan cara empiris.⁹ Hipotesis merupakan asumsi yang membahas kebenaran tentang hubungan dua variabel atau lebih.¹⁰ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

Ho₁ : Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

Ha₁ : Faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

2. Hipotesis Kedua

Ho₂ : Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

Ha₂ : Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

3. Hipotesis Ketiga

Ho₃: Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

Ha₃: Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam

⁹ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, cet.28 (Jakarta: Raja Grafindo, 2018), 69.

¹⁰ Suharsini Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), 58.

memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

4. Hipotesis Keempat

Ho₄: Faktor psikologis tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

Ha₄: Faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

5. Hipotesis Kelima

Ho₅ : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

Ha₅ : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

F. Asumsi Penelitian

Menurut Ninit, asumsi penelitian adalah anggapan sadar tentang sesuatu yang digunakan sebagai alasan untuk berpikir dan bertindak dalam melakukan penelitian.¹¹ Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti bisa mengansumsikan hasil penelitiannya. Mengacu pada hipotesis penelitian ini, maka asumsi penelitian yang digunakan peneliti adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *rahn* (jaminan) di pegadaian syariah jombang.

¹¹ Ninit Alfianika, *Metode Penelitian Pengajaran Bahasa Indonesia* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 60.

G. Penegasan Istilah

Penegasan istilah ditujukan untuk memberi gambaran tentang istilah penting yang dipakai dalam penelitian. Istilah-istilah penting dalam penelitian meliputi:

1. Budaya adalah memiliki bagian penentu yang paling mendasar atau dibutuhkan dari keinginan dan perilaku nasabah.
2. Sosial merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh langsung.¹²
3. Pribadi adalah contoh dari kecenderungan individu yang dipengaruhi oleh lingkungan yang cepat dalam mengambil keputusan, kemudian dikomunikasikan dalam suatu tindakan.
4. Psikologis adalah faktor yang berhubungan dengan kondisi fisik.¹³
5. Keputusan pembelian adalah titik di mana konsumen atau kumpulan konsumen menentukan pilihan tentang tindakan mana yang harus diambil untuk mencapai tujuan mereka dan dengan cara ini mengatasi masalah tersebut.¹⁴
6. *Rahn* (jaminan) merupakan menahan salah satu harta milik seorang individu (peminjam) dipergunakan untuk jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan diharuskan mempunyai nilai ekonomis. Maka, pihak yang menahan mendapatkan jaminan agar bisa mengambil barangnya kembali seluruh atau sebagian piutangnya.¹⁵

¹² Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, cet.4 edisi 4* (Jakarta: Kencana, 2010), 331.

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 13* (Jakarta: Erlangga, 2009), 172.

¹⁴ Nugraha J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 14.

¹⁵ Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 64.

H. Telaah Pustaka

Berikut Telaah Pustaka yang digunakan penulis:

1. *Pengaruh Sosial Budaya Dan Pemahaman Hukum Riba Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Bank Muamalat Cabang Yogyakarta)*, oleh Karlana Aprianti (2017), mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menyimpulkan seperti, variabel bebas yaitu sosial budaya yang terdiri dari kelas sosial (X1), kelompok acuan (X2), keluarga (X3), religiusitas (X4), ekonomi (X5) dan pemahaman hukum riba (X6) yang berpengaruh positif dan signifikan adalah religiusitas (X4), ekonomi (X5) dan pemahaman hukum riba (X6). Sedangkan variabel kelas sosial (X1), kelompok acuan (X2) dan keluarga (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.¹⁶ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, seperti sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu terletak pada obyek, pada penelitian terdahulu di Bank Muamalat Cabang Yogyakarta, sedangkan penulis di Pegadaian Syariah Jombang.
2. *Pengaruh Budaya, Psikologis Dan Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang*, oleh Aeni Wahyuni (2013), mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Memiliki kesimpulan seperti, budaya, psikologis dan pribadi secara parsial (t) budaya, psikologis, dan pribadi

¹⁶ Karlana Aprianti, *Pengaruh Sosial Budaya Dan Pemahaman Hukum Riba Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Bank Muamalat Cabang Yogyakarta)* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka ketiga variabel yang sudah pada tahap uji yang memiliki pengaruh sangat dominan terhadap keputusan nasabah adalah variabel psikologis. Dan secara bersama-sama (simultan) faktor budaya, psikologis dan pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, seperti sama-sama memilih menggunakan penelitian kuantitatif. Perbedaannya yaitu terletak pada obyek, pada penelitian terdahulu di BMT Bina Ummat Mandiri Tambang, sedangkan peneliti di Pegadaian Syariah Jombang. Dan penelitian terdahulu meneliti tentang budaya, psikologis dan pribadi, sedangkan penulis budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

3. *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)*, oleh Atin Yulaifah (2011), mahasiswi Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. Kesimpulannya adalah variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.¹⁷ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu, seperti sama-sama melihat seberapa besar pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan nasabah. Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu objeknya masyarakat Ciputat yang memilih jasa perbankan syariah, sedangkan penelitian ini ditujukan kepada nasabah Pegadaian

¹⁷ Atin Yulaifah, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)* (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011).

Syariah Jombang.

4. *Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah di Hypermart Kediri*, oleh Novie Agustin Ziera Setyowati (2014), mahasiswi STAIN Kediri. Hasil penelitian ini adalah motivasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen wardah di Hypermart Kediri karena motivasi merupakan hal yang sangat penting jika disangkut pautkan dengan tingkah laku seseorang. Hasil ini berdasarkan pengujian analisis korelasi yang menyatakan motivasi dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang kuat dan positif, lalu dengan analisis regresi didapatkan persamaan $Y = 3,777 + 0,478X$, dan analisis terakhir adalah pengujian hipotesis dengan uji t hitung 6,968 dan t tabel 1,993 serta taraf signifikansi yang didapat 0,000 maka keputusan yang didapat adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan taraf signifikansi $\leq 0,05$.¹⁸ Persamaan dengan penulis adalah menggunakan variabel terikat yang sama yaitu keputusan. Perbedaannya adalah variabel bebas yang berbeda yaitu motivasi dan objek yang berbeda yaitu Hypermart Kediri.
5. *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Paket InternetsimPATI di Trade Distribution Center (TDC) Telkomsel Kediri*, oleh Moch. Alfian Ihwalul Rizqiya (2018), mahasiswa IAIN Kediri. Hasil penelitian ini adalah nilai variabel persepsi konsumen (X) memiliki nilai mean sebesar 30,49 dan standard deviasi sebesar 1,528. Berdasarkan nilai mean dan standard deviasi, maka variabel persepsi konsumen (X)

¹⁸ Novie Agustin Ziera Setyowati, *Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah di Hypermart Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2014).

termasuk dalam kategori cukup yang terbukti dari perhitungan data. Hasil ini sesuai dengan nilai rata-rata (*mean*) senilai 30,49 yang berada di antara skor 29,726 dan 31,254. Dan keputusan pembelian (Y) tentang paket internet *simPATI* di TDC Telkomsel Kediri termasuk dalam kategori cukup. Hasil ini sesuai dengan nilai rata-rata (*mean*) senilai 22,18 yang berada di antara skor 21,663 dan 22,697.¹⁹ Persamaannya adalah menggunakan variabel terikat yang sama yaitu keputusan. Perbedaan dengan penulis adalah variabel bebas yang berbeda yaitu persepsi konsumen dan objek yang berbeda yaitu Trade Distribution Center (TDC) Telkomsel Kediri.

¹⁹ Moch. Alfian Ihwalul Rizqiya, *Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Paket Internet simPATI di Trade Distribution Center (TDC) Telkomsel Kediri* (Kediri: IAIN Kediri, 2018).