

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, KEAMANAN,  
DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI UNIT  
PEGADAIAN SYARIAH SUMURPANGGANG TEGAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**SULISTIANI**

**NIM : 4120035**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2025**

**PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, KEAMANAN,  
DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI UNIT  
PEGADAIAN SYARIAH SUMURPANGGANG TEGAL**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

**SULISTIANI**

**NIM : 4120035**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H.ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sulistiani

NIM : 4120035

Judul Skripsi : PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, KEAMANAN,  
DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN  
GADAI DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH  
SUMURPANGGANG TEGAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Brebes, 23 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Sulistiani

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Sulistiani

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah  
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Sulistiani

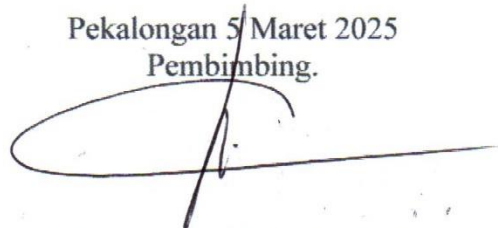
NIM : 4120035

Judul Skripsi : PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, KEAMANAN, DAN  
KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI UNIT  
PEGADAIAN SYARIAH SUMURPANGGANG TEGAL

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.  
Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.  
Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan 5 Maret 2025  
Pembimbing.



**Muhammad Aris Safi'i M.E.I.**  
**NIP. 19851012 201503 1 004**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, [www.febi.uingusdur.ac.id](http://www.febi.uingusdur.ac.id)

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi saudara:

Nama : **Sulistiani**  
NIM : **4120035**  
Judul : **PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN,  
KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN NASABAH  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN LAYANAN GADAI DI UNIT  
PEGADAIAN SYARIAH SUMURPANGGANG  
TEGAL**

Dosen Pembimbing : **Muhammad Aris Safi'i, M.E.I**

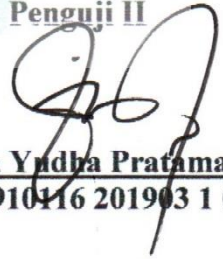
Telah diujikan pada Hari Jumat, tanggal 14 Maret 2025 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

**Penguji I**

  
**Siti Aminah Chaniago, M.S.I.**  
NIP. 19680907 200604 2 001

**Penguji II**

  
**Versiandika Yudha Pratama, M.M.**  
NIP. 19910416 201903 1 006

Pekalongan, 19 Maret 2025  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

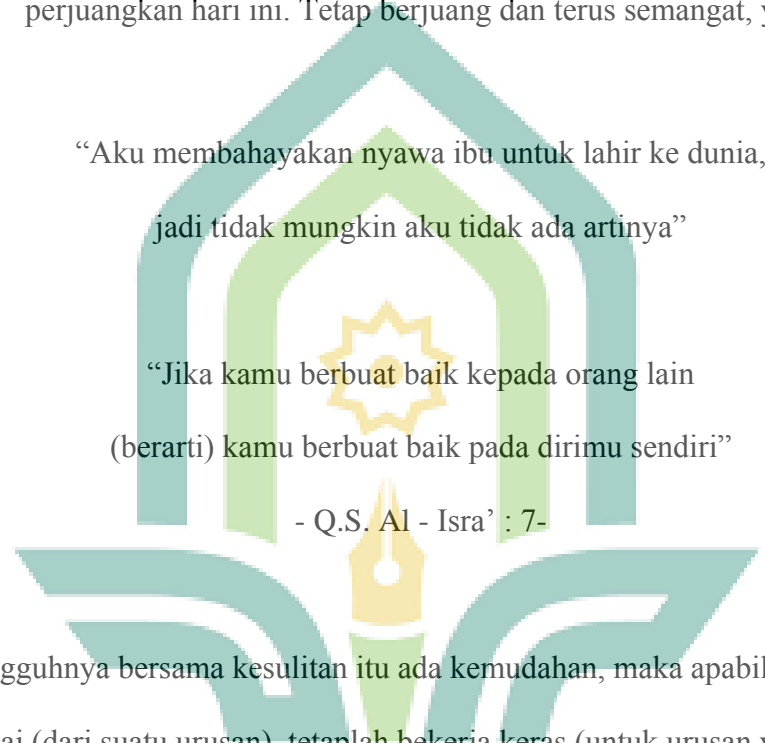
  
**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.**  
NIP. 19750220 199903 2 001

## MOTTO

“Orang lain tidak akan paham struggle dan masa sulitnya kita,  
yang mereka ingin tahu hanya bagian succes stories.

Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan.

Kelak, diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita  
perjuangkan hari ini. Tetap berjuang dan terus semangat, ya!”



“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia,  
jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain  
(berarti) kamu berbuat baik pada dirimu sendiri”

- Q.S. Al - Isra' : 7-

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah  
selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

- Q.S. Al - Insyirah : 6-7 -

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu  
tidak akan menjadi takdirmu dan apa yang ditakdirkan untukmu  
tidak akan pernah melewatkanmu.”

- Umar bin Khattab -

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Berikut ini beberapa persembahan ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Allah SWT yang telah memberikan penulis kemudahan dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
2. □Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Ruslani. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau bekerja keras serta mendidik penulis, memotivasi dan memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Pintu surgaku, Ibunda Daswati. Beliau sangat berperan penting dalam proses menyelesaikan program studi penulis. Terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis. Walaupun beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun beliau selalu mengusahakan segala kebutuhan penulis, mendidik, membimbing dan selalu memberikan kasih sayang yang sangat tulus serta tidak henti memberi motivasi dan semangat serta do'a yang selalu mengiringi langkah penulis. Terimakasih untuk selalu berada di sisi penulis dan menjadi alasan bagi



penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Semoga panjang umur dan sehat selalu agar bisa terus kebersamai setiap langkah penulis untuk kedepannya.

4. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Dosen Pembimbing Skripsi saya Bapak Muhammad Aris Safi'i M.E.I, terimakasih sudah membimbing saya dalam penyusunan skripsi, saya sangat bersyukur mempunyai dosen pembimbing seperti bapak
6. Dosen Pembimbing Akademik saya Bapak Ali Amin Isfandiar M.Ag, terimakasih sudah membimbing saya dalam menjalani perkuliahan, saya sangat bersyukur mempunyai dosen wali seperti bapak
7. Kepada kakak tersayang Nur Indah Hastuti dan suaminya Ade Irwan Prasetyo terimakasih banyak atas segala motivasi dan dukungannya yang diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya.
8. □Kepada Adik tersayang Imroatun Solikha dan Keponakan-Keponakan tercinta Muthi'ah Khanza Prasetyo, Fauziyah Hasna Prasetyo terimakasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis semangat dan selalu membuat penulis senang, sehingga penulis semangat untuk mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, yaitu pemilik NRP 1722106020009814 Prada Ryan Wahyu Widodo yang telah menjadi sosok rumah tempat penulis pulang, mengadu, bercerita dan berkeluh kesah untuk segala lelah dan masalah yang ada. Terimakasih karena senantiasa sabar



menghadapi penulis dan menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis, selalu memberikan dukungan dan menjadi support system karena selalu ada dalam suka maupun duka, sangat berkontribusi dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu, bantuan, moril maupun materiil kepada penulis. Terimakasih telah hadir dan selalu kebersamai selama ini dan selalu memberi semangat untuk pantang menyerah. Semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui. Harapannya semoga segala niat baik dan impian kita Allah permudah.

10. Kepada Siti Aisyah dan Mochammad Awwalul Muttaqin, terimakasih telah menjadi sahabat dan pendengar yang baik selalu siap mendengarkan segala keluh kesah penulis tanpa menghakimi, serta selalu memberikan saran atau masukan, motivasi yang membangun maupun bantuan untuk segala permasalahan yang penulis hadapi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Kepada FC Anugrah, terimakasih atas bantuan dan dukungannya serta selalu memberi motivasi yang membangun dan menyemangati penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

12. Dan terakhir kepada Sulistiani, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena telah kuat melewati segala lika-liku yang terjadi dan terus berusaha, tidak menyerah serta senantiasa menikmati setiap prosesnya. Terimakasih sudah bertahan sampai sejauh ini. Mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik .

## ABSTRAK

### **SULISTIANI. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Gadai Di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.**

Unit Pegadaian Syariah memiliki peran penting dalam memberikan solusi keuangan berbasis syariah kepada masyarakat. Salah satu layanan unggulannya adalah gadai syariah, yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan finansial masyarakat dengan prinsip keadilan dan transparansi. Keputusan nasabah untuk menggunakan layanan gadai syariah dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya reputasi perusahaan, keamanan transaksi, dan tingkat kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Dalam konteks Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal, penting untuk menganalisis sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi keputusan nasabah, baik secara individu maupun secara bersama-sama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Linear Berganda dengan bantuan software *Eviews 10*.

Hasil uji hipotesis pengaruh parsial menunjukkan: Pertama, variabel reputasi perusahaan didapati tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Kedua, variabel keamanan didapati berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Ketiga, variabel kepercayaan nasabah didapati berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan hasil uji hipotesis pengaruh simultan menunjukkan: variabel reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Kata Kunci : Reputasi Perusahaan, Keamanan, Kepercayaan Nasabah, Keputusan Nasabah.

## ABSTRACT

### **SULISTIANI. The Influence of Company Reputation, Security, and Customer Trust on Customer Decisions to Use Pawn Services at the Sumurpanggung Tegal Sharia Pawnshop Unit.**

The Pegadaian Syariah unit has an important role in providing sharia-based financial solutions to the community. One of its flagship services is sharia pawn, which is designed to meet the financial needs of the community with the principles of fairness and transparency. Customers' decisions to use Islamic pawn services are influenced by various factors, including company reputation, transaction security, and the level of trust in the services provided. In the context of the Tegal Sumurpanggung Syariah Pawnshop Unit, it is important to analyze the extent to which these factors influence customer decisions, both individually and collectively.

This study aims to determine the partial and simultaneous effects of company reputation, security, and customer trust on customer decisions in using pawn services at the Pawnshop Unit Syariah Sumurpanggung Tegal. This research is a type of quantitative research. The data collection method in this study was a questionnaire method using a sample of 98 respondents. Sampling technique with accidental sampling method. This study uses the Multiple Linear Regression analysis method with the help of Eviews 10 software.

The results of the partial influence hypothesis test show: First, the company reputation variable is found to have no significant effect on customer decisions. Second, the security variable is found to have a significant effect on customer decisions. Third, the customer trust variable is found to have a significant effect on customer decisions. While the results of the simultaneous influence hypothesis test show: the variables of company reputation, security, and customer trust together have a significant effect on customer decisions.

Keywords: Company Reputation, Security, Customer Trust, Customer Decisions.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan Gadai Di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Ibu Prof. Dr. Sinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Bapak Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.M. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan dan Dosen Pembimbing Skripsi
5. Bapak Ali Amin Isfandiar M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Akademik
6. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

7. Pihak-pihak lainnya yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Brebes, 23 Febuari 2025

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xxiv
DAFTAR GAMBAR.....	xxv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxvi
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori .....	11
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB).....	11
2. Keputusan Nasabah .....	13
3. Reputasi Perusahaan.....	16
4. Keamanan .....	19
5. Kepercayaan Nasabah .....	21
B. Telaah Pustaka.....	24
C. Kerangka Berpikir .....	32
D. Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	38
B. <i>Setting</i> penelitian .....	39
C. Populasi dan sampel .....	39
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	41
E. Uji Validitas dan Reabilitas.....	43
F. Sumber Data .....	45
G. Teknik Pengumpulan Data .....	46
H. Metode Analisis Data .....	47

<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
A. Analisis Data .....	54
1. Statistik Deskriptif.....	54
2. Uji Instrumen.....	57
3. Uji Asumsi Klasik .....	59
4. Uji Regresi Linear Berganda .....	62
5. Uji Hipotesis.....	64
B. Pembahasan .....	67
1. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah	67
2. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Nasabah .....	68
3. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah	69
4. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>I</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS.....</b>	<b>XXII</b>





## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

### A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya

ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
ـَ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

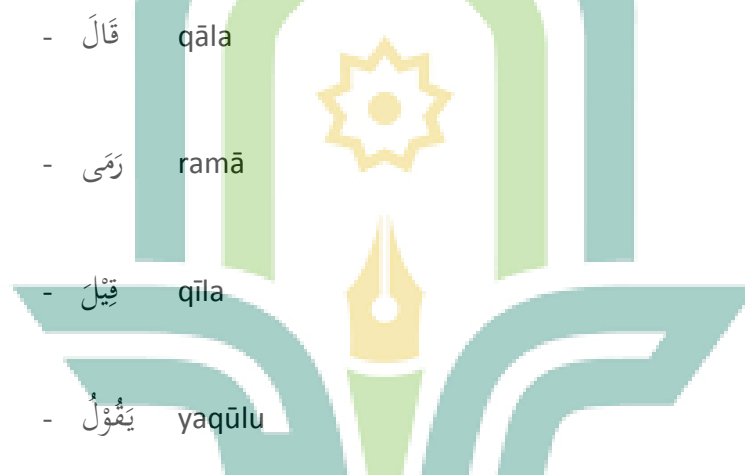
### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...أ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:



### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

#### 1. Ta' marbutah hidup

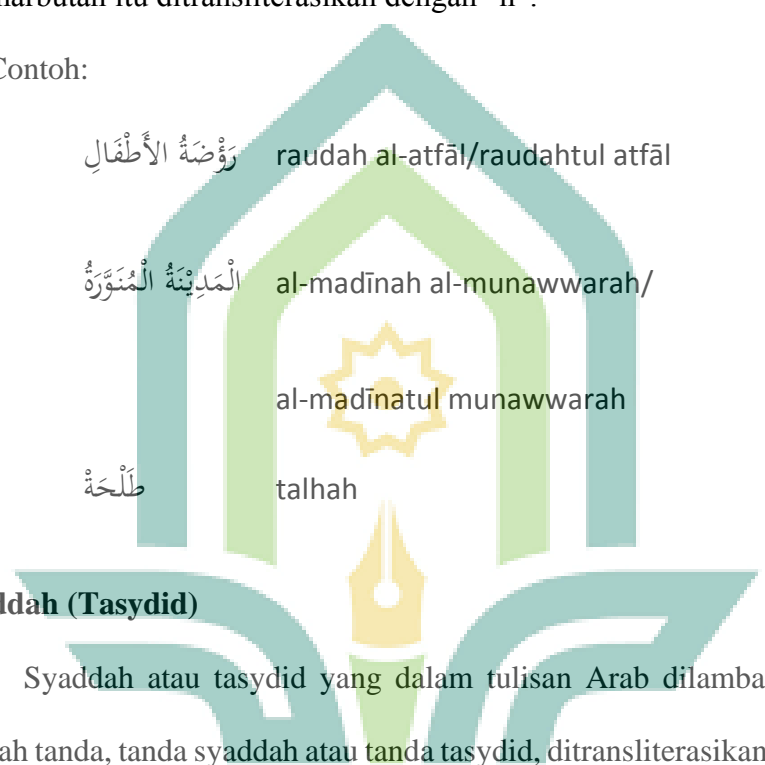
Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- 
- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
  - الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/  
al-madīnatul munawwarah
  - طَلْحَةَ talhah

**E. Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu

- شَيْءٌ syai'un

- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنْ inna

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā



## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbi l-`ālamīn
- الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/  
Lillāhil-amru jamī`anv

## **J. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal .....	1
Tabel 2.1 Telaah Pustaka .....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional .....	42
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Pra Penelitian .....	44
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Pra Penelitian .....	45
Tabel 3. 4 Skala Pengukuran (Likert) .....	47
Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif .....	54
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas .....	57
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Linieritas .....	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	63

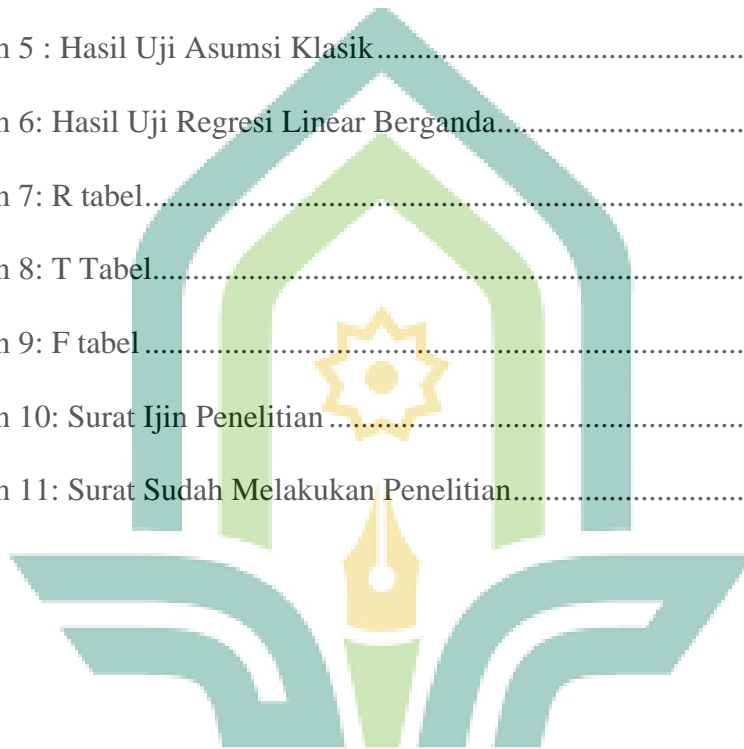
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir ..... 32



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2: Data Mentah Penelitian .....	VI
Lampiran 3: Data Karakteristik Responden.....	XI
Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen .....	XII
Lampiran 5 : Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XIV
Lampiran 6: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	XVI
Lampiran 7: R tabel.....	XVII
Lampiran 8: T Tabel.....	XVIII
Lampiran 9: F tabel.....	XIX
Lampiran 10: Surat Ijin Penelitian .....	XX
Lampiran 11: Surat Sudah Melakukan Penelitian.....	XXI



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Lembaga keuangan punya tugas penting untuk mendorong berjalannya ekonomi rakyat baik itu yang berbentuk lembaga keuangan bank maupun non-bank. Hal itu berlandaskan pada fungsinya lembaga keuangan, yakni lembaga *financial intermediaries* yang mampu mengumpulkan serta pemeratakan dana masyarakat (Akib dan Wiranto, 2024). Perkembangan lembaga keuangan di Indonesia semakin dinamis dengan keberadaan beragam lembaga keuangan syariah yang dibentuk guna menutup kebutuhan dan keinginan masyarakat muslim dalam sektor keuangan, seperti pegadaian syariah, koperasi syariah, hingga perbankan syariah. Dimana fungsi lembaga keuangan syariah ini guna mencapai kemaslahatan falah di kehidupan dunia maupun akhirat dengan melakukan aktivitas keuangan yang sesuai dengan syariat agama Islam (Oktariani et al., 2024).

Pegadaian syariah seperti yang dijelaskan oleh Akib dan Wiranto (2024) yakni lembaga keuangan syariah non-bank dengan wewenang guna menyalurkan pembiayaan pada masyarakat dengan menggunakan prinsip gadai yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Adapun menurut Batubara dan Nasution (2021) menyatakan bahwa pegadaian syariah adalah perusahaan yang bergerak sebagai layanan jasa yang berkembang pesat sebagai bentuk kedinamisan dalam memenuhi kehidupan umat Islam. Gadai syariah dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang menjaminkan barang berharga pada

lembaga gadai supaya mendapatkan talangan dana yang kemudian akan diambil lagi oleh orang tersebut sesuai perjanjian yang berlaku. Berbagai macam produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan syariah non-bank antara lain Arrahn (pembiayaan gadai syariah), Arrum, hingga Tabungan Emas.

Sebuah perusahaan yang berkecimpung dibidang gadai syariah di Indonesia adalah Pegadaian Syariah yang berbentuk Unit Usaha Syariah milik PT. Pegadaian. Unit Pegadaian Syariah telah berkembang ke berbagai wilayah sebagai bentuk layanan mikro pemerintah kepada masyarakat yang belum terjangkau lembaga perbankan. Di area Tegal, terdapat Unit Pegadaian Syariah (UPS) Sumurpanggung Tegal yang melayani gadai syariah kepada masyarakat di daerah Tegal. Sama halnya dengan macam-macam produk gadai syariah yang dijelaskan di paragraph sebelumnya bahwa produk yang ditawarkan oleh Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal terdiri dari berbagai macam seperti gadai rahn, tabungan emas, arrum haji, amanah, arrum BPKB, dan lain sebagainya ([www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)). Berikut data jumlah nasabah pegadaian syariah Sumurpanggung Tegal dalam 5 tahun terakhir:

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
2019	3995
2020	4569
2021	4297
2022	4146
2023	4324
2024 s/d Oktober	4379

Sumber: Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal, 2024



Data jumlah nasabah Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal dari tahun 2019 hingga Oktober 2024 menunjukkan adanya fluktuasi jumlah nasabah setiap tahunnya. Pada tahun 2019, jumlah nasabah tercatat sebanyak 3.995 orang, kemudian mengalami peningkatan signifikan pada tahun 2020 menjadi 4.569 nasabah. Namun, pada tahun 2021 jumlah nasabah mengalami penurunan menjadi 4.297, yang berlanjut hingga tahun 2022 dengan jumlah 4.146 nasabah. Tren positif mulai terlihat kembali pada tahun 2023, di mana jumlah nasabah meningkat menjadi 4.324, dan hingga Oktober 2024 tercatat sebanyak 4.379 nasabah. Secara keseluruhan, data ini mencerminkan adanya variasi jumlah nasabah setiap tahunnya, dengan kecenderungan peningkatan pada tahun-tahun terakhir.

Menurut Kepala Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal (2024), layanan gadai syariah kepada masyarakat dapat berarti salah satu lembaga gadai yang berfungsi untuk menjangkau masyarakat Tegal yang tidak dapat terjangkau oleh perbankan guna mendapatkan berbagai pendanaan bagi kepentingan masyarakat. Dengan melalui layanan gadai syariah di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal maka nasabah bisa mendapatkan pembiayaan yang mudah hanya dengan menjaminkan secara langsung barang yang dimilikinya sesuai dengan akad yang terkandung dalam ajaran Islam. Sehingga perusahaan ini juga berperan penting dalam mendorong ekonomi mikro bagi kemudahan bisnis dan kesejahteraan masyarakat Tegal. Oleh karena itu penting guna mengetahui berbagai faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah pada penggunaan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah

Sumurpanggang Tegal dengan mempertimbangkan faktor reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah.

Pertama faktor reputasi perusahaan dimana reputasi perusahaan menurut Utami et al. (2020) adalah sebuah sikap maupun persepsi yang memiliki arah positif yang terbentur di benak kepala nasabah berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan ataupun pengetahuan yang mereka ketahui pada penyediaan layanan atau merek yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Bagi pegadaian syariah, semakin baik reputasi perusahaan maka akan semakin berdampak positif pada persepsi penggunaan jasa gadai yang ditawarkan perusahaan terkait hingga bisa menciptakan peningkatan keuntungan ataupun keberlanjutan bisnis bagi pegadaian syariah di kemudian hari.

Faktor kedua yaitu keamanan, menurut Farokha dan Rivai (2022) bahwa keamanan adalah bagaimana sebuah perusahaan mampu mengendalikan serta menjaga keamanan transaksi maupun kerahasiaan data milik nasabahnya. Maka ketika pegadaian syariah mampu menjaga keamanan transaksi nasabah serta menjaga barang gadai dengan aman dan terhindar risiko seperti pencurian, kebakaran, hingga tempat penyimpanan yang mampu membuat barang tetap berkualitas sebagaimana mestinya sehingga memungkinkan nasabah kembali menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah tersebut. Oleh sebab itu keamanan dengan tak langsung bisa menjadi suatu jaminan berkurangnya risiko yang bisa terjadi.

Faktor selanjutnya yaitu kepercayaan nasabah dimana kepercayaan nasabah menurut penjelasan Usvita (2021) termasuk sebuah hal yang sangatlah

fundamental untuk nasabah dan perusahaan dikarenakan hal ini berkaitan dengan terpenuhinya unsur komitmen atau janji layanan yang dapat diwujudkan. Sehingga apabila terdapat suatu kepercayaan atas perusahaan pegadaian syariah atas produk-produk yang ditawarkannya meliputi layanan gadai maka nasabah dapat menjadikan pegadaian tersebut sebagai mitra yang dapat diandalkan ataupun sebaliknya.

Latar belakang penelitian ini juga didasarkan adanya *gap research* pada penelitian terdahulu mengenai variabel yang dipakai di penelitian ini. Adapun *gap research* yang dimaksud ialah tak konsistennya hubungan diantara variabel yang sama dan perbedaan dalam konteks sampel, populasi, dan waktu penelitian. *Gap research* yang pertama dapat diketahui dalam hubungan antara reputasi perusahaan dengan keputusan nasabah. Menurut penelitian Miharta dan Khusnudin (2022) dimana sebuah hasilnya menjelaskan apabila ada keterkaitan pengaruh yang terjadi diantara variabel reputasi perusahaan dan variabel keputusan nasabah pada objek yang diteliti mengenai pengambilan keputusan dalam menggunakan produk jasa keuangan (Wati, 2019). Meskipun begitu, penelitian ini berbeda dengan yang ditemukan oleh Saputri (2019) yang menunjukkan adanya temuan mengenai tidak adanya pengaruh signifikan diantara kedua variabel reputasi perusahaan dengan keputusan nasabah ketika memilih layanan jasa keuangan (Nurhakiki et al., 2023).

*Gap research* yang kedua dapat diketahui pada hubungan antara keamanan dengan keputusan nasabah. Menurut Aprianti et al. (2023) dalam penelitiannya menemukan hasil temuan mengenai hubungan pengaruh yang

signifikan antara kedua variabel tersebut, yang artinya variabel independen keamanan mampu mempengaruhi variabel dependen keputusan nasabah (Harahap et al., 2023). Akan tetapi hasil itu berlawanan dengan temuan pada penelitian Napitupulu dan Supriyono (2023) yang menjelaskan bahwasanya variabel independen berupa variabel keamanan tidak mampu mempengaruhi dengan signifikan kepada variabel keputusan pembelian oleh nasabah pada objek penelitian yang diteliti oleh mereka (Hanum dan Wiwoho, 2023).

*Gap research* yang terakhir terdapat pada penelitian terdahulu yang membahas mengenai keterkaitan kepercayaan nasabah dengan keputusan nasabah. Dimana penelitian Maemunah dan Mauludin (2021) menjelaskan hasil temuan pada penelitian mereka yang membahas mengenai keterkaitan kepercayaan nasabah terhadap keputusan dalam menggunakan suatu produk dimana mereka mengemukakan bahwasanya variabel kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam objek penelitian yang diteliti (Usvita, 2021). Hasil itu berlawanan dengan hasil temuan pada penelitian Adam (2022) yang menemukan bahwasanya variabel independen berupa kepercayaan nasabah tidak bisa memberikan pengaruh pada variabel dependen penelitian berupa keputusan nasabah dalam suatu produk (Hendrawan dan Mas'ud, 2023).

Berlandaskan latar belakang yang ada, jadi peneliti berminat dalam menjalankan penelitian ini dengan menggunakan judul **“Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan**

## **Nasabah Menggunakan Layanan Gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal”.**

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang yang ada, bisa ditetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah reputasi perusahaan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal?
2. Apakah keamanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal?
3. Apakah kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal?
4. Apakah reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah secara simultan dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang ditetapkan adalah sebagai berikut ini.

1. Untuk mengetahui pengaruh reputasi perusahaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal

2. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal
4. Untuk mengetahui pengaruh simultan reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Manfaat secara teoritis yang dimaksud yakni bisa menyumbangkan wawasan keilmuan kepada para akademisi mengenai keputusan nasabah dalam memakai produk layanan jasa keuangan syariah. Selain itu, peneliti juga mengharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan bahan referensi yang berkaitan dengan reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah dalam memengaruhi keputusan nasabah dalam penggunaan produk layanan jasa keuangan syariah.

##### **2. Manfaat Akademik**

Penelitian ini memberikan manfaat akademik dengan menggunakan data banyak nasabah setiap tahunnya untuk mengidentifikasi reputasi perusahaan, keamanan dan kepercayaan nasabah kepada keputusan nasabah memanfaatkan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung

Tegal. Dengan data banyak nasabah disetiap tahun dapat menambah wawasan teoritis dan memberikan kontribusi akademik dalam bidang penelitian terkait.

### **3. Manfaat Praktis**

Peneliti harap penelitian ini bisa berguna untuk praktisi keuangan syariah, khususnya para karyawan yang terlibat langsung dengan manajemen pegadaian syariah. Penelitian ini bisa dipakai menjadi bahan referensi pengambilan keputusan oleh manajemen pegadaian syariah dalam mendorong peningkatan penggunaan layanan gadai oleh nasabah dengan mempertimbangkan faktor yang dijadikan variabel dalam penelitian ini.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini akan diisi latar belakang yang diangkat pada tema permasalahan penelitian ini. Kemudian berisi tentang rumusan masalah penelitian serta tujuan yang telah ditetapkan oleh peneliti mengenai keputusan nasabah ketika memakai layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

##### **BAB II LANDASAN TEORI**

Disini akan mengulas terkait teori yang dipakai sebagai landasan pelaksanaan penelitian ini. Kemudian akan menguraikan berbagai penelitian sebelumnya yang relevan dengan penggunaan variabel yang diteliti disini. Pada bab landasan teori juga berisi terkait kerangka berpikir serta hipotesa penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Disini peneliti membahas jenis pendekatan penelitian yang dipakai untuk membuat penelitian ini. Kemudian akan dijelaskan tentang metode penelitian yang dipakai berupa analisis regresi linier berganda.

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pada bab keempat, peneliti menganalisis mengenai olah data penelitian untuk mengetahui apakah data tersebut telah memenuhi kualitas dan asumsi klasik dengan baik untuk kemudian menghasilkan output regresi yang kredibel. Setelah itu, peneliti akan menjabarkan hasil olah data tersebut dalam bentuk interpretasi yang mudah dipahami oleh pembaca.

### **BAB V PENUTUP**

Pada bagian ini, akan peneliti jabarkan mengenai simpulan yang dapat diterapkan dari bab sebelumnya guna menjawab rumusan dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada bagian terakhir ini pula akan berisi saran yang direkomendasikan kepada berbagai pihak.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teori

##### 1. *Theory Of Planned Behavior* (TPB)

TPB yakni pembaruan dari TRA (*Theory of Reason Action*). TPB menyediakan sebuah kerangka konseptual yang terdominan dalam meneliti perilaku manusia. TRA berkaitan dengan perilaku yang sepenuhnya dapat dikendalikan oleh kemauan seseorang. Sedangkan TPB memperluas cakupan TRA dengan memasukkan variabel persepsi kontrol perilaku. Dengan begitu, TPB dapat menjelaskan perilaku yang tidak seluruhnya berada di bawah kendali kemauan. TPB memiliki ansumsi jika persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) memiliki keterkaitan dalam memotivasi niat. Individu yang percaya jika dirinya tak memiliki modal yang diperlukan ataupun peluang dalam menjalankan tindakan tertentu memungkinkan mereka tak akan menciptakan niat melakukan tindakan yang ideal untuk mewujudkannya. Meskipun dirinya memiliki sikap yang positif pada perilakunya, dan memiliki kepercayaan jika individu lainnya akan setuju dengan tindakannya. Dengan begitu diharapkan dapat timbul hubungan diantara persepsi kontrol perilaku dengan niat sebagaimana sikap dan norma subyektif (Rohmah & Martini, 2021).

TPB mendeskripsikan perilaku dalam hal faktor motivasi yaitu sikap, norma subyektif dan persepsi kontrol perilaku yang dirasa. Sikap bisa

diartikan menjadi dua dimensi yang berbeda. Pertama, sebagai instrumen yang menerangkan kepentingan sebuah perilaku, berbahaya ataupun berharga. Yang kedua mengartikan perilaku sebagai hal yang senang. Adapun norma subyektif ialah keyakinan jika lingkungan sosial secara langsung individu setuju ataupun tak setuju dengan perilaku tertentu. Dikarenakan manusia ialah makhluk sosial sehingga mereka tetap ada dibawah tekanan sosial dalam melakukan tindakan dengan metode tertentu. Sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan ialah seberapa jauh individu yakin mempunyai kontrol perilaku mengenai kondisi tertentu. Kontrol perilaku yang dirasakan berpatokan kepada persepsi individu mengenai kemampuannya dalam berperilaku tertentu (Amari, 2023).

*Theory of Planned Behavior* (TPB) sudah sering diimplementasikan pada beragam penelitian dikarenakan dengan memahami cara individu dalam bertindak dan bereaksi. Teori ini termasuk sebuah teori yang bisa memprediksi perilaku individu ketika menggunakan layanan gadai syariah. Alasan utama pengambilan keputusan menggunakan layanan gadai syariah ialah hasil dari proses penalaran yang dipengaruhi oleh sikap terhadap reputasi pegadaian syariah, norma keamanan gadai syariah, dan persepsi kontrol perilaku menggunakan layanan tersebut. TPB menggambarkan jika yang melatarbelakangi individu dalam berperilaku menggunakan layanan gadai syariah dapat ditentukan oleh reputasi pegadaian syariah, tingkat keamanan gadai syariah, kepercayaan nasabah terhadap pegadaian syariah yang dapat mempengaruhi keyakinan seseorang terhadap layanan gadai

syariah. Hal ini pada akhirnya akan memengaruhi keputusan nasabah disaat memakai layanan gadai syariah (Assyfa, 2020).

Pada penelitian ini memakai TPB guna menganalisis niat menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah di kalangan calon nasabah individu. Reputasi pegadaian syariah yang baik sangat penting karena dapat membentuk citra positif dimata masyarakat dan calon nasabah sehingga mempengaruhi sikap mereka dalam memandang layanan gadai syariah. Selain itu, keamanan gadai syariah yang terjaga dengan baik merupakan faktor norma subjektif yang menjadi pertimbangan utama bagi calon nasabah untuk menggunakan layanan gadai syariah. Tidak hanya reputasi dan keamanan, kepercayaan nasabah yang tinggi terhadap pegadaian syariah juga sangat berperan dalam membentuk persepsi kontrol perilaku mereka terhadap layanan gadai syariah yang ditawarkan. Ketiga faktor utama tersebut yaitu reputasi pegadaian syariah, keamanan gadai syariah, dan kepercayaan nasabah pada pegadaian syariah secara signifikan dan positif akan mempengaruhi niat dan keputusan nasabah individu supaya memilih layanan gadai pada pegadaian syariah.

## **2. Keputusan Nasabah**

Menurut Zaelani (2022) pengambilan keputusan ialah sebuah proses dengan kombinasi individu dan kelompok ditambah mengintegrasikan informasi yang didapat bertujuan dalam menentukan sebuah tindakan dari beragam kemungkinan. Dalam proses pengambilan keputusan, individu atau kelompok melakukan penilaian yang rasional dan sistematis terhadap

berbagai pilihan yang tersedia dengan mempertimbangkan faktor-faktor penting seperti informasi yang relevan, preferensi pribadi, dan situasi lingkungan. Kemudian individu ataupun kelompok tersebut memilih satu pilihan tindakan yang dianggap paling optimal dan sesuai dengan tujuan dan harapan mereka. Pengambilan keputusan oleh individu dapat dipengaruhi oleh pengalaman, emosi, dan *bias cognitive*, sedangkan keputusan kelompok dipengaruhi oleh norma-norma kelompok, interaksi anggota, dan tekanan konformitas. Pada intinya, pengambilan keputusan merupakan suatu proses yang kompleks dan dinamis untuk mengevaluasi berbagai pilihan yang ada guna mendapatkan hasil yang paling diharapkan sesuai dengan konteks dan kondisinya.

Dalam pengambilan keputusan nasabah, produk termasuk beragam hal yang bisa dipasarkan produsen agar dicari, dibeli, diminta, diperhatikan, dipakai ataupun dikonsumsi pasar dalam bentuk memenuhi kebutuhan ataupun kehendak pasar tersebut. Konsepnya, produk ialah paham subjektif dari produsen mengenai suatu hal yang dapat dijualkan menjadi usaha dalam menggapai sasaran perusahaan dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, berdasarkan kompetensi dan kepastian perusahaan serta daya beli pasar. Disisi lain harga ialah *reward* atau jasa yang diberikan produsen menjadi pengganti biaya yang sudah dibelanjakan ditambahi keuntungan yang dikehendaki produsen, di mana berdasar pada nilai terkait produsen mau melepas barang ataupun jasa yang ia miliki pada pihak lainnya sebagai konsumen. Dalam hal ini, keputusan nasabah dipengaruhi oleh persepsi

terhadap produk serta harga yang ditawarkan oleh produsen (Suwanti et al., 2021).

Dalam Islam sendiri perkara pengambilan keputusan nasabah dalam melakukan gadai syariah dijelaskan pada surah Al-Baqarah ayat 283. Yang mana ayat tersebut memberikan landasan hukum dan prinsip moral yang relevan dalam praktik gadai secara syariah. Ayat ini menekankan pentingnya barang jaminan (rahn maqbudhah) sebagai pengganti dokumentasi tertulis dalam situasi tertentu, seperti ketika bepergian. Dalam konteks gadai syariah, prinsip ini menjadi dasar bahwa barang yang dijadikan jaminan harus memiliki nilai yang sebanding dengan utang dan dikelola secara aman. Selain itu, ayat ini juga menyoroti pentingnya menunaikan amanah dan menjaga kepercayaan, yang merupakan inti dari akad syariah. Amanah ini meliputi kewajiban pihak yang memegang barang jaminan untuk merawatnya dengan baik hingga utang dilunasi. Larangan menyembunyikan kesaksian dalam ayat ini juga menggarisbawahi perlunya transparansi dalam transaksi, sehingga tercipta keadilan dan kepercayaan antara kedua belah pihak. Secara garis besar, ayat ini memberikan panduan etis dan praktis dalam memastikan bahwa akad gadai dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, yakni keadilan, kepercayaan, dan tanggung jawab. Dengan begitu dapat menjamin keamanan dan kelancaran kedua belah pihak dalam melaksanakan gadai syariah, termasuk dalam produk gadai syariah dari Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal.

Indikator keputusan nasabah dapat dibagi menjadi beberapa aspek yang penting untuk dipertimbangkan, diantaranya:

- a) Pertama, keputusan nasabah sering kali dipengaruhi oleh kebutuhan yang dirasakan akan suatu produk atau layanan. Kebutuhan ini mungkin timbul dari berbagai faktor, termasuk perubahan dalam gaya hidup atau kondisi keuangan.
- b) Selain itu, keinginan yang kuat untuk mendapatkan suatu produk juga bisa menjadi indikator penting dalam proses pengambilan keputusan nasabah. Ini bisa berupa keinginan untuk memiliki barang yang diinginkan atau untuk mencapai tujuan tertentu.
- c) Selanjutnya, kemampuan daya beli yang dimiliki oleh konsumen juga memainkan peran kunci dalam proses ini. Meskipun ada kebutuhan dan keinginan, namun tanpa kemampuan finansial yang cukup, keputusan pembelian mungkin tidak akan terjadi.

Oleh karena itu, pengertian atas indikator-indikator ini membantu dalam memahami perilaku keputusan nasabah secara lebih mendalam (Ghozali, 2022)

### **3. Reputasi Perusahaan**

Menurut Utami et al. (2020) reputasi perusahaan ialah sikap dan persepsi positif mengenai penyedia layanan atau merek yang terbentuk di benak konsumen melalui komunikasi dan pengalaman berinteraksi dengan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan merupakan aset tak berwujud yang sangat berharga karena dapat memengaruhi keputusan pelanggan

dalam memilih dan menggunakan produk atau jasa perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik dibangun melalui usaha yang terencana dan konsisten dalam jangka panjang, seperti dengan menjunjung tinggi nilai-nilai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang tercermin dalam kebijakan dan aktivitas perusahaan. Selain itu, komunikasi yang ditandai dengan sifat keterbukaan dan transparansi juga penting, misalnya dengan bersedia berdialog dan mengungkapkan informasi secara jujur dan penuh kepada pelanggan dan publik. Dengan demikian, reputasi perusahaan yang positif dapat terbangun apabila perusahaan secara konsisten menunjukkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, serta membangun komunikasi dua arah yang terbuka dan transparan dengan para pemangku kepentingan.

Dalam rangka mencapai target organisasi dalam meningkatkan profit, selain pemenuhan keinginan konsumen dan menjaga reputasi organisasi. Metode lain yang bisa dilakukan yakni menciptakan rasa puas pada konsumen. Pada saat konsumen puas dengan pelayanan yang diterimanya dapat meningkatkan sikap mereka terhadap perusahaan. Sehingga nama baik perusahaan menjadi naik dikalangan masyarakat Reputasi atau *brand reputation* ialah kualitas yang diperoleh dari produk ataupun jasa tertentu ialah berkaitan dengan *reputation* yang digabungkan dalam *brand name*. Dengan begitu prestasi yang dicapai organisasi atau perusahaan atas kinerja dan layanan selama beroperasi menjadi tolak ukur calon nasabah untuk menentukan sebuah keputusan (Nawawi dan Permadi, 2022).

Dalam konteks penelitian ini, berbagai indikator reputasi perusahaan menjadi fokus utama untuk mengevaluasi posisi dan citra perusahaan, diantaranya:

- a) Pertama, kompetensi perusahaan menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghadapi tantangan industri dan mempertahankan standar kinerja yang tinggi.
- b) Kedua, keunggulan perusahaan menyoroti aspek-aspek yang membedakan perusahaan dari pesaingnya, baik dalam hal produk, layanan, maupun strategi bisnis.
- c) Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan menjadi indikator kunci lainnya, mencerminkan hubungan positif yang dibangun perusahaan dengan pelanggannya dan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan dengan konsisten.
- d) Selain itu, pengalaman perusahaan, yang meliputi sejarah, reputasi masa lalu, dan interaksi sebelumnya dengan pelanggan, juga menjadi faktor penting dalam penilaian reputasi.
- e) Terakhir, inovasi menjadi indikator yang semakin relevan, menunjukkan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, memperkenalkan produk atau layanan baru, dan memimpin dalam bidang teknologi atau strategi bisnis yang baru (Purba et al., 2023).



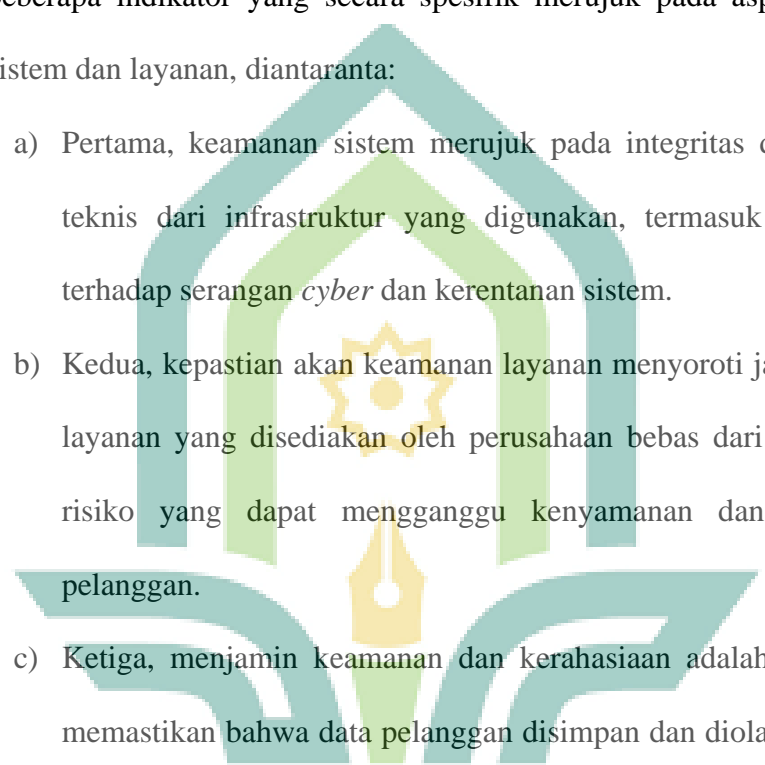
#### 4. Keamanan

Menurut Farokha dan Rivai (2022) keamanan ialah kebiasaan perusahaan dalam mengendalikan dan menjaga keamanan data transaksi beserta kerahasiaan data nasabahnya. Jadi keamanan secara tak langsung bisa memberikan jaminan mengurangi risiko yang muncul kedepannya. Tingkatan keamanan bertransaksi termasuk faktor penting yang biasanya menjadi pertimbangan konsumen sebelum ia memutuskan membuat rekening di sebuah lembaga. Keamanan dan privasi termasuk hal penting yang menjadikan konsumen minat dalam memakai suatu produk, termasuk tabungan emas pegadaian. Dikarenakan individu mudah dalam mendapat benefit dengan melakukan tindak kejahatan ataupun mencuri data pribadi seseorang.

Dalam layanan gadai di pegadaian syariah, keamanan informasi sangat penting untuk mencegah terjadinya penipuan dan menjaga kerahasiaan data nasabah. Data nasabah yang harus dilindungi antara lain identitas pribadi, informasi jaminan gadai, pinjaman gadai, dan transaksi keuangan lainnya. Sistem keamanan yang baik dapat mendeteksi dan mencegah akses ilegal ke data pribadi nasabah oleh pihak yang tidak berwenang. Penerapan keamanan informasi yang memadai merupakan kunci penting untuk mengamankan seluruh proses transaksi gadai syariah agar nasabah merasa tenang dan yakin menggunakan layanan gadai. Dengan penerapan keamanan informasi yang baik, pegadaian syariah dapat menjaga reputasi positif serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap

layanan gadai syariah yang ditawarkan. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan minat masyarakat muslim untuk menggunakan layanan gadai syariah sebagai solusi pembiayaan yang sesuai syariah. (Pranoto & Setianegara, 2020).

Dalam penelitian ini, variabel keamanan diidentifikasi dengan beberapa indikator yang secara spesifik merujuk pada aspek keamanan sistem dan layanan, diantaranta:

- 
- a) Pertama, keamanan sistem merujuk pada integritas dan keamanan teknis dari infrastruktur yang digunakan, termasuk perlindungan terhadap serangan *cyber* dan kerentanan sistem.
  - b) Kedua, kepastian akan keamanan layanan menyoroti jaminan bahwa layanan yang disediakan oleh perusahaan bebas dari ancaman dan risiko yang dapat mengganggu kenyamanan dan kepercayaan pelanggan.
  - c) Ketiga, menjamin keamanan dan kerahasiaan adalah upaya untuk memastikan bahwa data pelanggan disimpan dan diolah dengan cara yang aman dan rahasia, sehingga melindungi informasi pribadi dari akses yang tidak sah atau penyalahgunaan.
  - d) Keempat, perlindungan informasi pribadi menekankan pentingnya kebijakan dan praktik yang didesain untuk menjaga kerahasiaan informasi pribadi pelanggan, serta untuk mematuhi regulasi privasi yang berlaku.

- e) Terakhir, komitmen untuk tidak menyalahgunakan informasi pribadi pelanggan menegaskan komitmen perusahaan untuk menggunakan data pelanggan hanya sesuai dengan keperluan bisnis yang sah, tanpa menyalahgunakan atau menyalahgunakan informasi tersebut untuk kepentingan pihak ketiga (Bakhtiar et al., 2022).

## 5. Kepercayaan Nasabah

Menurut (Usvita, 2021) kepercayaan termasuk aspek yang sangatlah fundamental dan penting dalam janji ataupun komitmen layanan, dimana komitmen cuma bisa dilaksanakan apabila ada kepercayaan bahwa janji tersebut di masa depan akan ditepati. Dalam konteks layanan gadai syariah, kepercayaan nasabah ada jika para nasabah meyakini bahwa pegadaian syariah dapat dipercaya, memiliki integritas dan kompetensi yang tinggi dalam memenuhi janjinya terkait layanan gadai syariah. Kepercayaan nasabah mencakup seluruh pengetahuan dan kesimpulan yang dibentuk nasabah mengenai pegadaian syariah, layanan gadai syariah, dan manfaatnya berdasarkan pengalaman masa lalu. Kepercayaan yang besar bisa menjadikan nasabah merasa yakin dalam memilih dan loyal menggunakan layanan gadai syariah. Sebab, kepercayaan nasabah menjadi kunci yang harus dibangun oleh pegadaian syariah melalui pemenuhan janji dan harapan nasabah secara konsisten dari waktu ke waktu terkait layanan gadai syariah.

Dalam konteks pemasaran produk layanan di pegadaian syariah, kepercayaan nasabah merupakan keyakinan bahwa produk pegadaian

syariah seperti rahn (gadai), arrum (sewa-menyewa), dan qardh (pinjaman) memiliki atribut dan keunggulan tertentu yang sangat relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta kepentingan nasabah. Kepercayaan ini sering disebut sebagai perkaitan objek-atribut, yaitu asosiasi positif yang dibentuk nasabah dalam pikirannya mengenai hubungan erat antara produk gadai syariah dengan berbagai atribut penting seperti kesesuaian syariah, tingkat keamanan tinggi, kenyamanan transaksi, kemudahan akses, serta manfaat produk yang besar bagi nasabah. Semakin kuat perkaitan objek-atribut ini terbangun di benak nasabah, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keyakinan mereka terhadap kualitas dan keunggulan produk layanan gadai syariah. Tingkat kepercayaan yang tinggi ini pada akhirnya akan mendorong minat nasabah untuk memilih dan menggunakan produk pegadaian syariah dibandingkan kompetitor. Oleh karena itu, pegadaian syariah perlu terus membangun asosiasi positif antara produk-produk unggulannya dengan atribut-atribut penting dimata nasabah agar kepercayaan tinggi tercipta sehingga masyarakat muslim semakin tertarik dan berminat untuk menggunakan layanan gadai Syariah (Sari & Aprianti, 2020).

Terdapat beberapa indikator kepercayaan yang menjadi fokus untuk mengukur hubungan antara nasabah dan penyedia layanan, diantaranya:

- a) Pertama, keandalan diartikan sebagai kemampuan penyedia layanan untuk menyalurkan layanan yang telah dijanjikan pada nasabah dengan tepat waktu, akurat, dan membuat nasabah puas, yang mencerminkan konsistensi dan keandalan dari segi operasional.

- b) Kedua, kepedulian menunjukkan sikap empati yang tinggi dari penyedia layanan terhadap kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh nasabah, dengan mampu memberikan solusi yang sesuai dan memadai, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.
- c) Ketiga, kredibilitas mengacu pada integritas dan kejujuran penyedia layanan dalam menjalankan operasionalnya, yang merupakan faktor penting untuk membangun kepercayaan nasabah terhadap penyedia layanan tersebut (Nurdin, 2020).



## B. Telaah Pustaka

Telaah pustaka termasuk sekumpulan berbagai penelitian sebelumnya yang akan dijadikan sebagai referensi berhubungan dengan penelitian ini. Sehingga dapat dinyatakan telaah pustaka pada subbab ini akan berisi penelitian yang sudah dijalankan peneliti-peneliti terdahulu yang kaitannya dengan reputasi perusahaan, keamanan dan kepercayaan nasabah hingga hubungannya dengan keputusan nasabah. Adapun berbagai penelitian sebelumnya yang dipakai referensi disini ialah sebagai berikut.

Tabel 2.1 Telaah Pustaka

No.	Judul	Variabel	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	“Pengaruh Reputasi dan Islamic Branding terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Rahn Emas Syariah di Unit Pegadaian Syariah (UPS) Ngabean”. (Maharani et al., 2023)	Variabel Independen: - Reputasi - Islamic Branding  Variabel Dependen: - Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan apabila variabel independen reputasi dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan nasabah menggunakan Rahn Emas Syariah di UPS Ngabean.	Kesamaan yang dapat diketahui dari penelitian tersebut dengan penulisan Skripsi ini yaitu adanya penggunaan hubungan reputasi terhadap keputusan nasabah. Selain itu, kesamaan lainnya	Perbedaan yang dapat diketahui dari penelitian ini dengan penulisan Skripsi ini terletak diobjek penelitiannya. Yakni disitu berfokus pada nasabah pengguna rahn emas sedangkan Skripsi ini berfokus

				ialah penggunaan analisis regresi linier berganda.	pada nasabah pengguna gadai syariah.
2	“Pengaruh Prinsip Bagi Hasil dan Bunga, dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Jambi”. (Saputri, 2019)	Variabel Independen: - Prinsip Bagi Hasil dan Bunga - Reputasi Variabel Dependen: - Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel termasuk reputasi perusahaan tidak dapat memengaruhi keputusan nasabah ketika memakai jasa perbankan.	Persamaan dengan penelitian ini ada di penggunaan sumber data yang mana penelitian tersebut sama dengan memakai teknik wawancara secara langsung terhadap para responden penelitian.	Perbedaan penelitiannya ada di teknik pengumpulan sampel yang mana penelitian tersebut memakai <i>nonprobability sampling</i> pada <i>sampling accidental</i> .
3	“Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan QRIS	Variabel Independen: - Kemudahan - Keamanan Variabel Dependen:	Hasil penelitian menunjukkan jika variabel keamanan memiliki hubungan	Kesamaan yang dapat ditemukan yaitu penggunaan metode regresi linier	Perbedaan yang dapat ditemukan penggunaan variabel penelitian dimana jurnal ini hanya

	<p>“Livin’ By Mandiri pada Bank Mandiri”.</p> <p>(Aprianti et al., 2023)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	<p>pengaruh kepada keputusan nasabah.</p>	<p>berganda dan penyebaran kuisioner.</p>	<p>menggunakan dua variabel bebas.</p>
4	<p>“Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada di Surabaya”.</p> <p>(Napitupulu dan Supriyono, 2023)</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Keamanan</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Pembelian</li> </ul>	<p>Hasil penelitiannya menjelaskan jika keamanan tidak mampu mempengaruhi keputusan pembelian nasabah pada objek penelitian.</p>	<p>Kesamaan yang ada dengan penelitian ini terletak pada penggunaan variabel keamanan untuk diujikan terhadap keputusan nasabah.</p>	<p>Sedangkan perbedaan yang ada berada di obyek penelitiannya yang berfokus pada aplikasi <i>e-commerce</i> Lazada.</p>
5	<p>“Analisis Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah”.</p> <p>(Maemunah dan Mauludin, 2021)</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Religiusitas</li> <li>- Kepercayaan</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukan bahwasanya kepercayaan memiliki hubungan pengaruh terhadap keputusan nasabah.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian yaitu penggunaan variabel kepercayaan dan keputusan nasabah sebagai variabel penelitian yang saling dikaitkan.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teknik pengambilan sampel dimana penelitian ini menggunakan <i>simple random sampling</i>.</p>



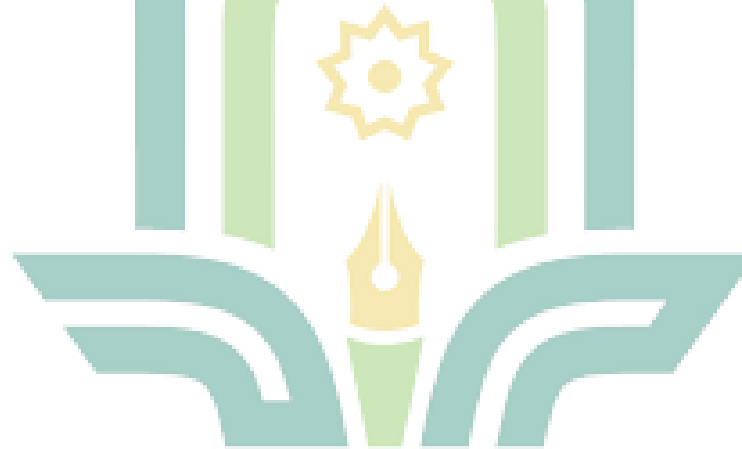
6	<p>“Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji di PT. Bank Muamalat”. (Adam, 2022)</p>	<p>Variabel Independen;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Promosi</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Harga</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	<p>Hasil penelitiannya menunjukkan tidak adanya hubungan pengaruh diantara variabel kepercayaan kepada keputusan nasabah ketika memakai tabungan haji.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini yaitu adanya keselarasan pada pemakain teknik analisa regresi linier berganda.</p>	<p>Perbedaan yang dapat ditemukan dengan penelitian ini ada di objek penelitian dimana penelitian ini berfokus pada lembaga perbankan.</p>
7	<p>“Pengaruh Persepsi Penggunaan, Keamanan, dan Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS)”. (’Aliyah, 2023)</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persepsi Penggunaan</li> <li>- Keamanan</li> <li>- Kebermanfaatan</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	<p>Hasil penelitian menunjukkan keamanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk bertransaksi menggunakan aplikasi pegadaian digital service.</p>	<p>Persamaan dengan penelitian ini terletak pada penggunaan objek penelitian pada perusahaan layanan jasa keuangan non bank, khususnya pegadaian.</p>	<p>Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini terletak pada bentuk pegadaian dimana penelitian tersebut berfokus pada pegadaian konvensional bukan pegadaian syariah.</p>

8	<p>“Peran <i>Electronic Word of Mouth</i> ( E-Wom ) dan Tingkat Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amanah”. (Akib dan Wiranto, 2024)</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- E-Wom</li> <li>- Kepercayaan Nasabah</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Pembelian</li> </ul>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel termasuk kepercayaan nasabah memiliki hubungan pengaruh kepada keputusan nasabah disaat mengambil produk pegadaian syariah.</p>	<p>Kesamaan pada penelitian ini ada di objek penelitian yang berfokus pada pegadaian syariah.</p>	<p>Pembeda dengan penelitian ini yaitu teknik penggunaan sampel yang berlandaskan pada <i>simple random sampling</i>.</p>
9	<p>“Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Perbankan</p>	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengetahuan</li> <li>- Reputasi</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	<p>Hasil penelitian menunjukan bahwasanya keputusan nasabah dipengaruhi oleh reputasi pada pokok persoalan yang diteliti.</p>	<p>Persamaan yang terdapat pada penelitian ini terletak pada penggunaan variabel reputasi terhadap keputusan nasabah.</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada objek penelitian yang membahas mengenai lembaga perbankan syariah.</p>

	Syariah di Kota Banda Aceh)". (Astuti, 2020)				
10	"Pengaruh Strategi Pemasaran, Kepercayaan, dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) pada Pegadaian Syariah Kota Semarang". (Karimah, 2018)	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Strategi Pemasaran</li> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Teknologi Informasi</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya kepercayaan berpengaruh yang signifikan kepada keputusan nasabah dalam penggunaan aplikasi pegadaian syariah digital.	Persamaan penelitiannya ada di objek penelitian yang berfokus pada pegadaian syariah serta penggunaan berbagai metode penelitian seperti teknik analisis regresi linier berganda.	Perbedaan yang terdapat di penelitian ini yaitu penggunaan variabel independen selain kepercayaan meliputi strategi pemasaran dan teknologi informasi yang berbeda dengan penulisan Skripsi ini.
11.	"Pengaruh Biaya Administrasi, Biaya Ujrah, Dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya Administrasi</li> <li>- Biaya Ujrah</li> <li>- Keamanan</li> </ul>	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya keamanan berpengaruh	Persamaan penelitian ini terletak pada variabelnya yakni keamanan, ditambah objek penelitian yang	Perbedaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu penggunaan variabel independen selain

	Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Aceh Cabang Banda Aceh” (Pratama, 2020)	Variabel Dependen: Keputusan Nasabah	signifikan kepada keputusan nasabah ketika memakai produk gadai emas di bank aceh cabang banda aceh.	berfokus pada produk gadai serta penggunaan berbagai metode penelitian seperti teknik analisis regresi linier berganda.	keamanan meliputi biaya administrasi dan iaya ujah yang berbeda dengan penulisan Skripsi ini.
12.	“Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian” (Farokha & Rivai, 2022)	Variabel Independen: - Persepsi Manfaat - Kemudahan Penggunaan - Keamanan Variabel Dependen: - Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya keamanan kepercayaan berpengaruh signifikan kepada keputusan nasabah dalam memakai produk tabungan emas Pegadaian.	Persamaan penelitian ini terletak pada variabelnya yakni keamanan, ditambah objek penelitian yang berfokus pada produk gadai.	Pembeda yang ada disini yaitu penggunaan variabel independen selain keamanan meliputi persepsi manfaat, dan kemudahan penggunaan yang berbeda dengan penulisan Skripsi ini.
13.	“Pengaruh Sikap, Kualitas Pelayanan dan	Variabel Independen: - Sikap	Hasil penelitian menunjukkan	Persamaan penelitian ini terletak pada	Pembeda yang ada disini yaitu

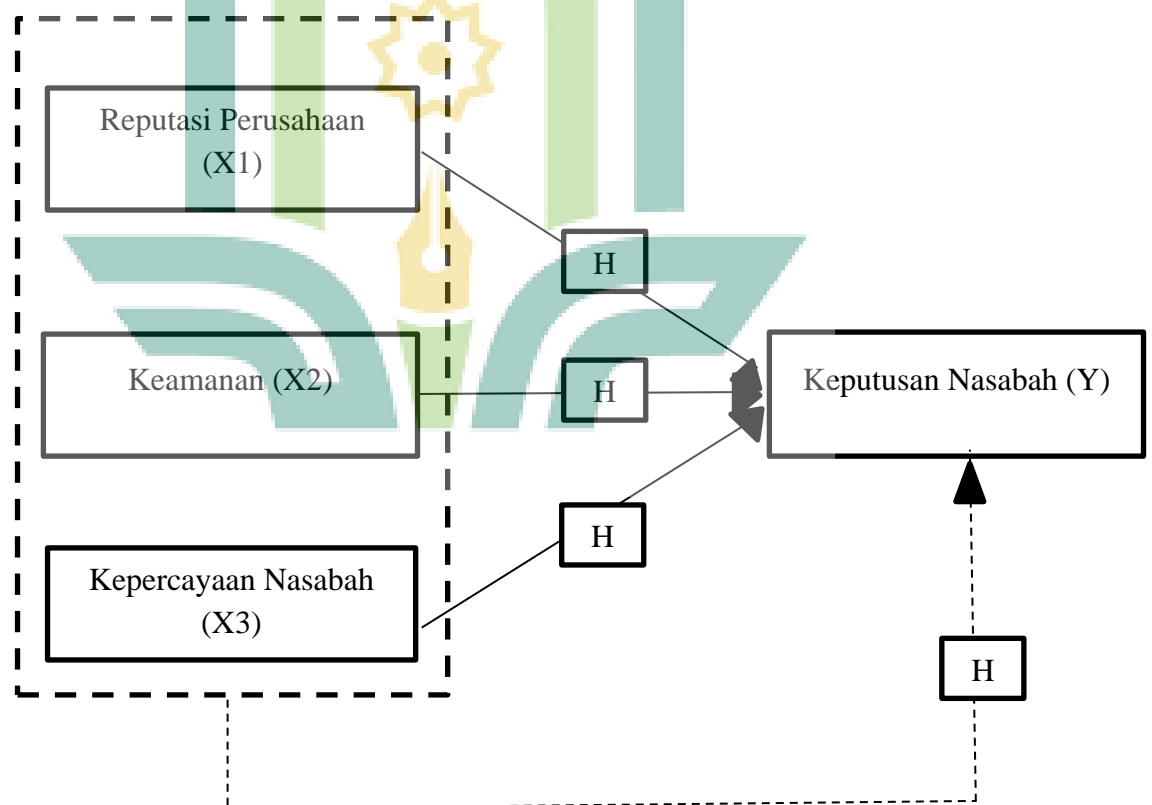
	Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah pada Pegadaian Cabang Pembantu Medan Petisah” (Kuswara, 2022)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kualitas Pelayanan</li> <li>- Kepercayaan</li> </ul> Variabel Dependen: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keputusan Nasabah</li> </ul>	bahwasanya kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan kepada keputusan nasabah pada Pegadaian Cabang Pembantu Medan Petisah.	variabelnya yakni kepercayaan, ditambah objek penelitian yang berfokus pada produk gadai.	penggunaan variabel independen selain kepercayaan meliputi sikap dan kualitas pelayanan yang berbeda dengan penulisan Skripsi ini.
--	--	--	---	---	--



### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini akan menjelaskan bagaimana tujuan penelitian akan digambarkan melalui alur yang akan dilakukan oleh peneliti. Dimana dalam hal ini, peneliti akan memecahkan masalah yang menjadi pokok persoalan untuk mendapatkan jawaban atas tujuan penelitian dengan mengetahui apakah faktor-faktor seperti reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di UPS Sumurpanggung Tegal. Berikut merupakan kerangka berpikir penelitian ini.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



#### Keterangan

Pengaruh Parsial : \_\_\_\_\_

Pengaruh Simultan : - - - - -

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang disusun dalam penelitian ini yang berkaitan dengan permasalahan yang dirumuskan. Berikut merupakan hipotesis penelitian ini.

##### 1. Pengaruh reputasi perusahaan (X1) terhadap keputusan nasabah (Y)

Astuti (2020) menjelaskan bahwa reputasi perusahaan merupakan bentuk penghargaan bagi suatu perusahaan karena mampu bersaing dengan perusahaan lainya. Adapun reputasi perusahaan menurut Efris Saputri (2019) merupakan persepsi masyarakat yang terbentuk terhadap suatu perusahaan tertentu. Suatu perusahaan yang memiliki reputasi yang baik maka akan memberikan penilaian yang positif terhadap produk yang dijualnya kepada masyarakat. Sehingga hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan eksistensi mereka dalam persaingan dunia usaha. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memperhatikan reputasinya apabila ingin dikaitkan dengan keputusan nasabah (Wati, 2019).

Penelitian terdahulu menemukan adanya perbedaan (*gap research*) pada hubungan antara reputasi perusahaan terhadap keputusan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Miharta dan Khusnudin (2022) menemukan adanya hubungan pengaruh antara variabel independen reputasi terhadap variabel dependen keputusan nasabah pada pengambilan keputusan untuk menggunakan produk jasa keuangan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Efris Saputri (2019) yang menunjukkan temuan bahwa kedua variabel reputasi perusahaan dan

keputusan nasabah tidak memiliki hubungan pengaruh signifikan satu sama lainnya dalam memilih produk suatu layanan jasa keuangan (Nurhakiki et al., 2023). Dari ulasan tersebut dapat disimpulkan adanya inkonsistensi temuan pada hubungan variabel reputasi perusahaan terhadap keputusan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_{01}$  : Reputasi perusahaan tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah

$H_{a1}$  : Reputasi perusahaan dapat mempengaruhi keputusan nasabah

## 2. Pengaruh keamanan (X2) terhadap keputusan nasabah (Y)

'Aliyah (2023) menjelaskan mengenai konsep keamanan dimana ia mengungkapkan bahwa sistem keamanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan karena berkaitan dengan kelangsungan transaksi serta salah satu aspek yang paling penting dalam mengadopsi teknologi informasi. Sehingga keamanan dari suatu sistem informasi yang digunakan perusahaan harus bisa menjamin dalam batas yang ditentukan. Apabila suatu perusahaan melakukan upaya dalam meningkatkan keamanan guna melindungi data nasabah maka hal ini dapat menimbulkan *feedback* yang positif dengan meningkatkan penggunaan produk perusahaan yang artinya mendorong keputusan nasabah tersebut (Oktariani et al., 2024).

Hubungan antara variabel keamanan terhadap keputusan nasabah memiliki perbedaan temuan pada berbagai penelitian yang dilakukan sebelumnya. Dimana penelitian yang dilakukan oleh Aprianti et al. (2023) menemukan hasil penelitian yang menunjukkan bahwasanya variabel



keamanan dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah (Harahap et al., 2023). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Napitupulu dan Supriyono (2023) menemukan hasil temuan bahwasanya variabel keamanan tidak memiliki hubungan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian oleh nasabah pada objek penelitian (Hanum dan Wiwoho, 2023). Dari ulasan tersebut dapat disimpulkan adanya inkonsistensi temuan pada hubungan variabel keamanan terhadap keputusan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_{02}$  : Keamanan tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah

$H_{a2}$  : Keamanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah

### 3. **Pengaruh kepercayaan nasabah (X3) terhadap keputusan nasabah (Y)**

Adam (2022) menjelaskan mengenai konsep kepercayaan dimana kepercayaan konsumen ialah segala wawasan yang konsumen miliki atas pandangannya terhadap produk suatu perusahaan berdasarkan bias informasi yang diterimanya ataupun pengalaman atas produk tersebut. Selain itu dapat dijelaskan pula kepercayaan merupakan simpulan yang dibuat konsumen terhadap suatu objek tertentu, atribut serta manfaatnya. sehingga kepercayaan merupakan hal yang dapat menjadi suatu pertimbangan oleh konsumen atas produk yang ditawarkan perusahaan (Napitupulu dan Supriyono, 2023).

Perbedaan temuan antara hubungan pengaruh kepercayaan nasabah dengan keputusan nasabah terdapat pada berbagai penelitian yang

dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Hal ini dapat ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Maemunah dan Mauludin (2021) yang mengemukakan hasil penelitian bahwa variabel kepercayaan nasabah memiliki hubungan pengaruh terhadap variabel keputusan nasabah (Usvita, 2021). Adapun penelitian yang dilakukan oleh Adam (2022) menemukan bahwasanya variabel kepercayaan nasabah tidak dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk (Hendrawan dan Mas'ud, 2023). Dari ulasan tersebut dapat disimpulkan adanya inkonsistensi temuan pada hubungan variabel kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah. Sehingga hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_{03}$  : Kepercayaan nasabah tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah

$H_{a3}$  : Kepercayaan nasabah dapat mempengaruhi keputusan nasabah

4. **Pengaruh reputasi perusahaan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan nasabah (X3) secara simultan terhadap keputusan nasabah (Y)**

Aprianti et al. (2023) mengemukakan terkait keputusan nasabah dimana keputusan nasabah merupakan tindakan yang dilakukan oleh nasabah yang terbentuk dengan adanya dorongan emosional yang berasal dari diri nasabah sendiri ataupun dipengaruhi orang lain dengan mempertimbangkan proses penelusuran masalah, identifikasi, hingga mencapai kesimpulannya. Adapun Miharta dan Khusnudin (2022) menjelaskan pengambilan keputusan adalah proses yang dilakukan oleh

nasabah dalam memilih berbagai macam produk yang ada di pasaran. Sehingga dalam hal ini, keputusan nasabah dapat dikaitkan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk layanan gadai pegadaian syariah.

Hasil penelitian terdahulu yang menghubungkan secara simultan variabel yang berkaitan dengan penelitian ini terhadap keputusan nasabah menunjukkan temuan dimana masing-masing variabel pada penelitian dengan pasangan variabel yang berbeda menunjukkan adanya hubungan pengaruh secara simultan antara variabel reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah (Astuti, 2020). Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut.

$H_{04}$  : Reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah secara simultan tidak dapat mempengaruhi keputusan nasabah

$H_{a4}$  : Reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah secara simultan dapat mempengaruhi keputusan nasabah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menitikberatkan pada hasil penelitian yang sistematis atas eksplorasi suatu fenomena dengan menghimpun data yang dapat diukur, memanfaatkan pengetahuan dalam statistik, matematika, dan komputasi. Adapun penggunaan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini untuk mengukur sampel penelitian yang digambarkan sebagai sebuah hasil temuan permasalahan yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Pendekatan penelitian dalam studi ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Menurut Sugiyono (2018), *field research* atau penelitian lapangan adalah metode penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mengumpulkan data di lokasi penelitian untuk memahami fenomena yang terjadi secara mendalam. Tujuan dari *field research* adalah untuk memperoleh data primer yang akurat dan valid dengan memperhatikan kondisi nyata di lapangan. Penelitian ini digunakan untuk mempelajari perilaku responden dalam memberikan gambaran penelitian yang memadai mengenai keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

## **B. Setting penelitian**

### **1. Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian adalah salah satu *setting* penelitian yang memfokuskan penelitian pada objek tempat tertentu yang merupakan lingkup tema permasalahan yang diteliti guna menunjang hasil penelitian. Adapun lokasi studi ini yang menjadi objek penelitian yaitu Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Keunggulan yang membedakan Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal dengan pegadaian yang lain ialah penerapan akad syariah dalam setiap produk dan layanannya. Dibarengi dengan penafsiran harga barang yang dilakukan oleh pihak yang kompeten dibidangnya menjadikan penafsiran harga barangnya baik dan bernilai tinggi. Pegadaian Sumurpanggung Tegal memiliki lokasi yang strategis sehingga mudah diakses masyarakat.

### **2. Waktu penelitian**

Estimasi waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian ini yaitu pada bulan April 2024 sampai selesai.

## **C. Populasi dan sampel**

### **1. Populasi**

Populasi ialah klasifikasi yang mencakup atas berbagai subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang tercakup dalam area penelitian. Populasi dibedakan menjadi dua jenis yaitu populasi tak terhingga yang Lmemcerminkan subjek dengan kriteria tidak dapat dihitung secara pasti terkait angkanya dan populasi terbatas menjelaskan dimana populasi ini

memiliki subjek yang dapat diketahui jumlahnya dengan jelas (Elisa et al., 2023). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi yang dapat dihitung jumlah populasinya dimana populasi penelitian ini yaitu seluruh nasabah di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal pada tahun 2024 terdapat Jumlah Nasabah 4.379 yang mengambil jasa layanan gadai sampai saat ini.

## 2. Sampel

Sampel ialah subjek yang digambarkan sebagai representasi dari populasi. Sampel pada penelitian ini akan mewakili gambaran karakteristik dari faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah mengambil layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal. Adapun teknik untuk pengambilan sampel pada penelitian ini berdasarkan rumus *Slovin* dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Besar sampel  
 N = Besar populasi  
 Ne<sup>2</sup> = Nilai kritis (batas ketelitian)

Maka perhitungannya yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{4379}{1 + 4379(10\%)^2} = 97,77$$

- n = Besar sampel  
 N = 4379  
 Ne<sup>2</sup> = 10 %

Berlandaskan perhitungan yang didapat, jumlah sampel pada penelitian ini ialah 97,77 yang kemudian digenapkan menjadi 98 orang.

Adapun kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini untuk memilih responden berdasarkan pada teknik *accidental sampling*. Dimana teknik tersebut merupakan teknik dengan memilih responden berdasarkan ketidaksengajaan, atau tanpa adanya kriteria tertentu yang ditetapkan.

#### **D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel penelitian pada penelitian ini akan dibedakan menjadi dua jenis yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen merupakan variabel yang akan menguji respon dari variabel lawanya. Sedangkan variabel dependen ialah variabel yang akan diuji oleh variabel lawanya. Adapun dalam penelitian ini kedua jenis variabel akan digunakan dalam objek penelitian layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal dengan pengklasifikasian sebagai berikut.

- a. Variabel Independen:
  - i. Reputasi perusahaan sebagai X1
  - ii. Keamanan sebagai X2
  - iii. Kepercayaan nasabah sebagai X3
- b. Variabel Dependen:
  - i. Keputusan nasabah sebagai Y

Sedangkan definisi operasional berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1	Reputasi Perusahaan (X1)	Menurut Utami et al. (2020) reputasi perusahaan merupakan sikap serta persepsi yang positif atas penyedia layanan yang terbentuk di benak pelanggan melalui komunikasi ataupun pengalaman interaksi dengan perusahaan tersebut.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kompetensi perusahaan</li> <li>- keunggulan perusahaan</li> <li>- hubungan dengan pelanggan</li> <li>- pengalaman perusahaan</li> <li>- inovasi (Purba et al., 2023)</li> </ul>	Likert
2	Keamanan (X2)	Menurut Farokha dan Rivai (2022) keamanan merupakan kebiasaan perusahaan guna mengendalikan serta menjaga keamanan terkait data transaksi maupun kerahasiaan data nasabahnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keamanan sistem</li> <li>- kepastian akan keamanan layanan</li> <li>- Terjaminya keamanan dan kerahasiaan</li> <li>- perlindungan informasi pribadi</li> <li>- komitmen untuk tidak menyalahgunakan informasi pribadi (Bakhtiar et al., 2022)</li> </ul>	Likert
3	Kepercayaan Nasabah (X3)	Menurut Usvita (2021) kepercayaan adalah hal fundamental atas komitmen maupun janji layanan yang direalisasikan perusahaan apabila terdapat kepercayaan bahwa komitmen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keandalan</li> <li>- kepedulian</li> <li>- kredibilitas (Nurdin, 2020)</li> </ul>	Likert



		tersebut akan ditepati pada masa depan.		
4	Keputusan Nasabah (Y)	Zaelani (2022) pengambilan keputusan adalah proses melalui kombinasi yang menggabungkan wawasan yang dimilikinya bertujuan untuk memilih satu dari beragam pilihan atas kemungkinan tindakanya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kebutuhan</li> <li>- Keinginan</li> <li>- kemampuan pelanggan (Ghozali, 2022)</li> </ul>	Likert

## E. Uji Validitas dan Reabilitas

### 1. Uji Validitas

Dalam tahap ini, peneliti melakukan pra penelitian. Dimana peneliti mengunjungi Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal dengan tujuan mengetahui lokasi perusahaan, melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi dan data awal yang digunakan sebagai pengujian validitas dan reabilitas. Dilakukannya pra penelitian ini untuk mengetahui apakah kuesioner yang nantinya akan disebar kepada responden layak digunakan. Adapun responden dalam pra penelitian ini sebanyak 25 responden. Hasil uji validitas pra penelitian ada dibawah ini:

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Pra Penelitian

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Reputasi Perusahaan (X1)	X1_1	0,736	0,396	Valid
	X1_2	0,891		Valid
	X1_3	0,810		Valid
	X1_4	0,857		Valid
	X1_5	0,769		Valid
Keamanan (X2)	X2_1	0,599	0,396	Valid
	X2_2	0,832		Valid
	X2_3	0,796		Valid
	X2_4	0,867		Valid
	X2_5	0,756		Valid
Kepercayaan Nasabah (X3)	X3_1	0,823	0,396	Valid
	X3_2	0,847		Valid
	X3_3	0,854		Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0,879	0,396	Valid
	Y2	0,925		Valid
	Y3	0,783		Valid

Pada penelitian ini terdapat 25 pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan nilai signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Dengan jumlah sampel sebanyak 25 responden pada pra penelitian ini, maka nilai r tabel yang diperoleh  $df = n-2 = 25-2 = 23 = 0,396$  (Sugiyono, 2007). Berdasarkan hasil uji validitas diatas nilai r hitung pada masing-masing indikator diangka terkecil yakni 0,599 dan terbesar diangka 0,925 sehingga

dalam hal ini  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,396). Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang terdapat pada seluruh variabel dikatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya stabilitas serta konsistensi nilai dari hasil skala pengukuran tertentu. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel.

Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Pra Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas	Keterangan
Reputasi Perusahaan (X1)	0,992	0,6	Reliabel
Keamanan (X2)	0,989	0,6	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (X3)	0,991	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,994	0,6	Reliabel

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Reputasi Perusahaan (X1), Keamanan (X2), Kepercayaan Nasabah (X3), dan Keputusan Nasabah (Y) lebih tinggi dari 0,6. Hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen dalam variabel dinyatakan reliabel (Sugiyono, 2007).

## F. Sumber Data

Sumber data menerangkan terkait darimana asal informasi yang didapat oleh peneliti. Haninda et al. (2021) mengemukakan bahwa sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua yang berasal dari data primer dan sekunder. Adapun data primer ialah data yang didapat oleh penliti secara langsung dari kondisi di lapangan. Sedangkan data sekunder ialah data penelitian yang

didapat oleh peneliti secara tak langsung misalnya berasal dari pihak lain atau dokumen yang terpublikasikan.

Pada penelitian ini, data penelitian akan bersumber dari data primer. Dimana peneliti akan menjawab pokok persoalan dalam penelitian dengan terjun langsung ke lapangan untuk mengetahui kondisi yang terjadi pada objek penelitian. Sumber data primer penelitian ini akan didapat secara langsung pada sampel penelitian mengenai keputusan dalam mengambil layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini akan bersumber primer memanfaatkan teknik kuisisioner. Dimana pada teknik ini, peneliti akan menyebarkan kuisisioner kepada para responden penelitian mengenai keputusan dalam mengambil layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Adapun kuisisioner yang diberikan berupa pertanyaan tertutup yang artinya responden tidak akan diberikan kebebasan jawaban melainkan harus memilih berbagai opsi jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.

Berdasarkan teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner maka penelitian ini akan menggunakan skala Likert. Metode pengukuran dengan skala ini dilakukan guna menilai opini, perilaku, atau anggapan responden dalam menyikapi suatu fenomena tertentu dengan memberikan rangking nilai. Adapun skala Likert penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Skala Pengukuran (Likert)

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

#### H. Metode Analisis Data

Metode analisis data penelitian memakai metode analisis Regresi Linier Berganda. Dengan menggunakan metode ini, bisa peneliti pakai dalam menganalisis hubungan yang memiliki lebih dari satu variabel independen terhadap variabel terikat. Dimana metode ini akan menjelaskan hubungan pengaruh dari reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam mengambil layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Adapun alat bantu yang dipakai dalam metode regresi linier berganda yakni aplikasi *Eviews 10*.

Analisis regresi linier berganda dapat dilakukan setelah data penelitian menunjukkan adanya kredibilitas atas tingkat validitas dan reliabilitasnya. Adapun sebelum dilakukan uji hipotesis, penting untuk memastikan model yang digunakan telah memenuhi uji asumsi klasik terlebih dahulu. Berikut adalah berbagai tahapan lebih detail analisis dalam penelitian ini.

## 1. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Uji validitas dijalankan untuk meninjau tingkat kevalidan dari data penelitian yang dihasilkan. Sehingga hal ini dapat menghindari atas adanya potensi penurunan kualitas pada hasil data penelitian. Adapun kriteria untuk menilai validitas sebuah data dapat diketahui sebagai berikut ini.

Nilai koefisien korelasi  $r > 0,3$  maka data telah valid

Nilai koefisien korelasi  $r < 0,3$  maka data tidak valid

Adapun uji validitas juga bisa diketahui dengan menggunakan perbandingan terhadap  $r$  tabel seperti kriteria berikut ini.

Nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel maka data valid

Nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel maka data tidak valid.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan guna meninjau tingkat keandalan dan konsisten sebuah data penelitian apabila dilakukan pengujian secara berulang. Uji reliabilitas dapat digunakan pada semua item data penelitian yang memenuhi kriteria uji validitas pada langkah sebelumnya. Sehingga dengan hasil uji validitas kemudian uji reliabilitas ini maka kualitas data penelitian akan memiliki kredibilitas yang baik untuk kemudian dilakukan analisis selanjutnya guna menghasilkan penelitian yang kredibel. Kriteria

reliabilitas dapat diketahui menggunakan nilai *Cronbach Alpha* sebagai berikut ini.

Nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,6$  maka data reliabel

Nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,6$  maka data tidak reliabel

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dipakai dalam mengetahui apakah data yang dihasilkan telah memenuhi berbagai asumsi yang ada meliputi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Berikut merupakan penjelasan berbagai uji asumsi klasik tersebut.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai dalam meninjau apakah data penelitian memiliki distribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas akan dilakukan pertama kali dalam tahapan asumsi klasik pada penelitian ini. Uji ini dijalankan dengan non-parametrik tes berupa uji Kolmogorov-Smirnov yang didasarkan pada hasil nilai signifikasinya. Adapun data penelitian akan dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas jika nilai *asym.sig* nya berada di atas 0,05.

### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dijalankan untuk meninjau korelasi yang terjadi diantara variabel bebas yang menunjukkan gejala multikolinearitas. Uji ini dapat diukur menggunakan nilai VIF

(*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan hasil penelitian bebas dari gejala multikolinieritas apabila nilai VIF kurang dari 10.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dijalankan guna mengukur ketidaksamaan varian residual variabel sehingga data penelitian dapat dinyatakan terbebas gejala heteroskedastisitas atau sebaliknya. Penelitian ini dalam pengukuran uji heteroskedastisitas menggunakan hasil uji glejser dimana suatu data penelitian dapat dikatakan lolos jika nilai signifikasinya berada di atas batas kritis 5% atau 0,05.

### 4. Uji Linieritas

Uji ini dipakai guna menentukan apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak. Uji ini dijalankan dengan memanfaatkan uji *Ramsey RESET Test*. Kriterianya jika *Probability t statistic*-nya  $> 0,05$  (sig. 5%), maka model dinyatakan linear (Gujarati & Porter, 2009).

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Ketika data penelitian telah memenuhi kualitas data serta asumsi klasik maka langkah setelahnya yang dijalankan yaitu analisis regresi linier berganda. Uji ini berfungsi dalam meninjau hubungan variabel independen yang lebih dari satu terhadap variabel dependen. Adapun variabel penelitian ini meliputi variabel independen berupa reputasi perusahaan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan nasabah (X3) serta



variabel dependen berupa keputusan nasabah (Y) dalam menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal. Persamaan model yang dapat dirumuskan menggunakan metode regresi linier berganda yakni.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Model regresi ini dapat mengestimasi dampak yang dihasilkan dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya dengan memakai nilai koefisien yang dihasilkan. Sedangkan arah hubungan model tersebut dapat diukur berdasarkan tanda pada koefisien dimana model dinyatakan memiliki hubungan yang searah jika koefisiennya terdapat tanda positif serta arah yang berlawanan jika tanda koefisiennya negatif.

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dijalankan guna menjawab berbagai hipotesis pada rumusan masalah yang dijadikan tema persoalan. Uji hipotesis penelitian ini dijalankan melalui uji t yang biasa disebut sebagai uji parameter individu (parsial) dan uji F yang biasa disebut sebagai uji simultan. Hipotesis dapat dinyatakan memiliki hubungan pengaruh jika nilai signifikasinya kurang dari 5% atau kurang dari 0,05. Sedangkan apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hasil hipotesis dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Dibawah ini deskripsi uji t dan uji F pada penelitian ini.

a. Uji t

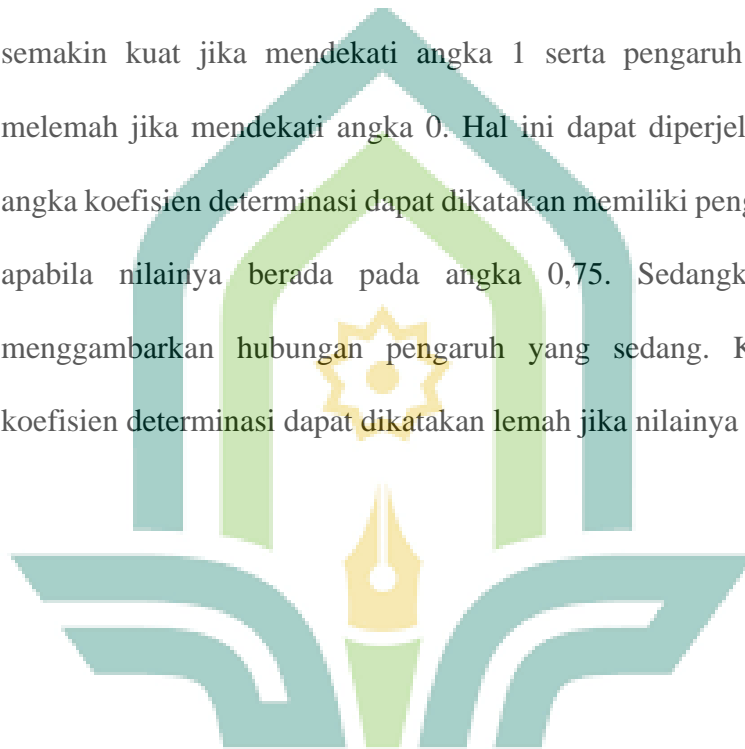
Uji t atau uji parameter individu merupakan uji yang dijalankan guna mengukur kebiasaan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependennya secara parsial yang artinya pengaruh secara masing-masing tiap individu variabel. Uji t akan dinyatakan memiliki pengaruh parsial apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Adapun sebaliknya, uji t akan dinyatakan tidak memiliki pengaruh parsial apabila nilai signifikasinya berada di atas 0,05. Selain itu, uji t juga dapat diukur dengan memakai perbandingan antara t hitung dengan t tabel dimana data dikatakan memiliki pengaruh jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sedangkan hipotesis  $H_a$  dapat diterima apabila hasil uji t tersebut berpengaruh dan berlaku sebaliknya pada  $H_0$ .

b. Uji F

Uji F dipakai dalam penelitian ini guna meninjau hubungan secara bersamaan atau yang biasa disebut pengaruh simultan antara seluruh variabel independen kepada variabel dependennya. Uji F dapat menghasilkan hubungan pengaruh simultan apabila nilai signifikansi yang dihasilkan berada di bawah angka 5% atau 0,05. Uji F juga dapat dinyatakan memiliki pengaruh simultan jika nilai t hitung  $>$  t tabel. Sehingga hipotesis  $H_a$  diterima jika uji F dinyatakan berpengaruh dan hipotesis ditolak apabila uji F menunjukkan hubungan tidak berpengaruh.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Tahap akhir dalam analisis regresi linier berganda yaitu melakukan uji koefisien determinasi. Uji ini dapat dijalankan guna meninjau kontribusi pengaruh dari R-Square hasil olah data regresi linier berganda pada variabel independen kepada variabel dependennya. Rentang nilai dari uji koefisien determinasi berada pada angka 0-1 dimana pengaruh akan semakin kuat jika mendekati angka 1 serta pengaruh akan semakin melemah jika mendekati angka 0. Hal ini dapat diperjelas pula dengan angka koefisien determinasi dapat dikatakan memiliki pengaruh yang kuat apabila nilainya berada pada angka 0,75. Sedangkan angka 0,5 menggambarkan hubungan pengaruh yang sedang. Kemudian nilai koefisien determinasi dapat dikatakan lemah jika nilainya 0,25.



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Analisis Data

##### 1. Statistik Deskriptif

Dibagian ini akan dideskripsikan informasi yang didapat dari responden. Statitik deskriptif menerangkan kondisi responden tanpa dilakukannya analisis dan menarik simpulan yang berlaku general. Yang mana butuh dipertimbangkan menjadi tambahan informasi dalam memahami temuan penelitian (Sugiyono, 2019).

Tabel 4. 1 Hasil Statistik Deskriptif

<b>Karakteristik Responden</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	52	53%
Perempuan	46	47%
<b>Usia</b>		
< 20 tahun	3	3%
21 - 24 tahun	40	41%
> 24 tahun	45	46%
<b>Menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal</b>		
Ya	98	100%
Tidak	0	0%

<b>Banyak penggunaan layanan gadai disana</b>		
Hanya 1 kali	62	63%
2 sampai 3 kali	24	25%
Lebih dari 3 kali	12	12%
<b>Domisili</b>		
Tegal	96	98%
Lainnya	2	2%
<b>Total</b>	98	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari tabel tersebut terlihat jika total responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 52 orang (53%) sedikit lebih banyak daripada responden berjenis kelamin perempuan yakni hanya sebanyak 46 orang (47%). Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih banyak menggunakan layanan gadai syariah, kemungkinan karena laki-laki sering menjadi penanggung jawab utama dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga atau menjalankan usaha. Peran laki-laki sebagai kepala keluarga atau pelaku usaha kecil menengah dapat menjadi alasan dominasi mereka dalam kebutuhan layanan gadai.

Adapun karakteristik responden berdasarkan usia, mayoritas responden berasal dari usia lebih dari 24 tahun dengan responden sebanyak 45 orang (46%), lalu diikuti responden lainnya berusia 21 sampai 23 tahun sebanyak 40 orang (41%) dan sangat sedikit responden dengan usia kurang dari 20 tahun dengan hanya 3 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa usia

dewasa lebih banyak menggunakan layanan gadai syariah, yang mungkin terkait dengan kebutuhan modal usaha, pembayaran kewajiban, atau kebutuhan ekonomi lainnya. Kelompok usia < 20 tahun yang hanya 3% menandakan bahwa layanan gadai kurang relevan bagi remaja yang biasanya belum memiliki tanggung jawab keuangan besar.

Dalam data tersebut dapat dilihat jika seluruh responden pada penelitian ini benar sudah pernah menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Hal ini dikarenakan peneliti menginginkan hasil analisis yang optimal, sehingga tidak mengikutkan responden yang belum pernah menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. Hal itu bukannya tanpa sebab, responden yang belum pernah menggunakan layanan gadai di sana tidak akan dapat menggambarkan atau memberikan informasi yang sesuai dengan keadaan atau kondisi tertentu yang dibutuhkan peneliti.

Disisi lain, pada karakteristik banyak penggunaan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal. sebagian besar responden hanya menggunakan layanan gadai 1 kali, yakni sebanyak 62 orang (63%). Sedangkan 24 responden (25%) menggunakan layanan gadai sebanyak 2–3 kali, dan hanya 12 responden (12%) yang menggunakan layanan lebih dari 3 kali. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna cenderung menggunakan layanan gadai untuk kebutuhan yang bersifat insidental atau jangka pendek saja.

Jika dilihat dari karakteristik domisili responden, hampir seluruh responden berdomisili di Tegal, yakni sebanyak 96 orang (98%). Sedangkan 2 responden (2%) lainnya berasal dari luar Tegal. Hal ini mengindikasikan kedekatan lokasi, kemudahan akses, serta hubungan kepercayaan dengan lembaga lokal dapat menjadi alasan tingginya partisipasi masyarakat Tegal dalam menggunakan layanan ini.

## 2. Uji Instrumen

### a) Uji Validitas

Yaitu uji yang dipakai dalam mencari tahu dan melakukan pengujian seberapa tepat dan tetapnya sebuah alat ukur yang dipakai untuk mengukur suatu hal. Pada penelitian ini terdapat 16 pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden. Dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 98 dan nilai signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$ . Maka nilai  $r$  tabel yang diperoleh  $df = n-2 = 98-2 = 96 \Rightarrow 0,199$ . Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian kali ini yakni ketika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel bisa disebut valid (Sugiyono, 2007). Berikut hasil uji validitas yang sudah dilaksanakan.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Validitas		Keterangan
		r hitung	r tabel	
Reputasi Perusahaan (X1)	X1_1	0.756	0,199	Valid
	X1_2	0.861	0,199	Valid
	X1_3	0.825	0,199	Valid
	X1_4	0.781	0,199	Valid
	X1_5	0.802	0,199	Valid

Keamanan (X2)	X2_1	0.742	0,199	Valid
	X2_2	0.865	0,199	Valid
	X2_3	0.833	0,199	Valid
	X2_4	0.851	0,199	Valid
	X2_5	0.865	0,199	Valid
Kepercayaan Nasabah (X3)	X3_1	0.774	0,199	Valid
	X3_2	0.833	0,199	Valid
	X3_3	0.788	0,199	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y1	0.853	0,199	Valid
	Y2	0.860	0,199	Valid
	Y3	0.812	0,199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pada penelitian ini seluruh instrument yang digunakan mendapatkan nilai  $r$  hitung > dari  $r$  tabel (0,199). Jadi dipenelitian ini seluruh instrument dinyatakan valid.

#### b) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya stabilitas serta konsistensi nilai dari hasil skala pengukuran tertentu. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 (Sugiyono, 2007). Adapun berikut ialah nilai Cronbach's Alpha yang telah didapat.



Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Chronbach's Alpha	Batas 0,6	Keterangan
X1	0,864	Lebih dari	Reliabel
X2	0,889	Lebih dari	Reliabel
X3	0,713	Lebih dari	Reliabel
Y	0,794	Lebih dari	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

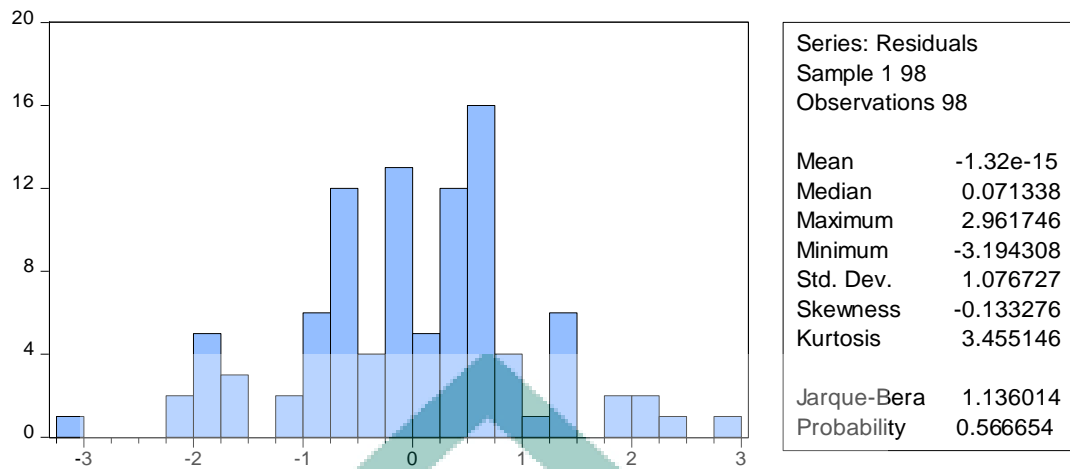
Dipenelitian ini seluruh variabel penelitian mendapatkan nilai Chronbach's Alpha diatas 0,6. Jadi bisa ditarik kesimpulan jika item pada setiap variabel disebut reliabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Dipakai guna mencari tahu apakah variabel berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan model regresi. Teknik yang dipakai untuk mengetahui uji normalitas dalam *software eviews* adalah dengan *Histogram-Normality Test* uji *Jarque-Bera*. Dengan signifikansi 5%, sebuah model persamaan dikatakan memiliki distribusi yang normal apabila nila *Jarque-Bera*-nya kurang dari 5,991 dan *Probability*-nya lebih dari 0,05 (Gujarati & Porter, 2009). Adapun berikut hasil uji normalitasnya.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah, 2025

Dari hasil tersebut menghasilkan nilai *Jarque-Bera* sebesar  $1,136 > 5,991$  dan *Probability*-nya sebesar  $0,567 > 0,05$  berarti datanya berdistribusi normal.

#### b) Uji Heteroskedastisitas

Dipakai guna mencari tahu terdapatnya perbedaan residual dan variasi pengamatan antara satu dengan yang lainnya melalui model regresi. Kemudian untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak, maka menggunakan *Heteroskedastisity Test Breusch-Pagan-Godfrey* pada *software eviews 10*. Pada signifikansi 5%: apabila *Prob. Chi-Square*-nya diatas 0,05, maka dinyatakan bebas heteroskedastisitas. Dibawah ialah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji *Breusch-Pagan-Godfrey*.

Tabel 4. 5` Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	1.328159	Prob. F(3,94)	0.2699
Obs*R-squared	3.985109	Prob. Chi-Square(3)	0.2631
Scaled explained SS	4.500814	Prob. Chi-Square(3)	0.2122

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pada hasil terkait, didapati jika nilai *Probability Chi Square*-nya sebesar 0,263. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat alpha 0,05 (5%) jadi bisa ditarik kesimpulan tidak terjadinya permasalahan heteroskedastisitas dari hasil analisis data kuantitatif model regresi.

c) Multikolinearitas

Menurut (Gujarati & Porter, 2009) terdapat tidaknya hubungan antar variable bebas dapat dilihat menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) pada *software eviews* 10. Jika nilai VIF < 10 itu artinya tak terjadi gejala multikolinieritas, begitu juga sebaliknya. Dibawah ini hasil uji multikolonieritas dengan metode VIF.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors  
Date: 02/10/25 Time: 12:09  
Sample: 1 98  
Included observations: 98

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
X1	0.003075	97.07742	2.306542
X2	0.002698	89.94517	1.981967
X3	0.010328	123.2832	1.864436
C	0.880550	72.13156	NA

Sumber: Data primer diolah, 2025

Pada hasil tersebut, didapati nilai VIF untuk variable X1, X2, dan X3 tidak ada yang nilainya lebih besar dari 10 jadi bisa disebut tidak terjadi multikolinieritas di keempat variabel independen.

#### d) Uji Linieritas

Uji ini dipakai guna menentukan apakah dua variabel mempunyai hubungan linier atau tidak. Uji ini dijalankan dengan memanfaatkan uji *Ramsey RESET Test*. Kriterianya jika *Probability t statistic*-nya  $> 0,05$  (sig. 5%), maka model dinyatakan linear (Gujarati & Porter, 2009). Berikut ialah hasil uji linieritas yang telah dilakukan.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Linieritas

Ramsey RESET Test  
Equation: UNTITLED  
Specification: Y X1 X2 X3 C  
Omitted Variables: Squares of fitted values

	Value	Df	Probability
t-statistic	0.071102	93	0.9435
F-statistic	0.005056	(1, 93)	0.9435
Likelihood rasio	0.005327	1	0.9418

Sumber: Data primer diolah, 2025

Didapati nilai *prob t statistic*-nya sebesar 0,944, yang mana lebih besar dari 0,05 jadi bisa ditarik kesimpulan jika model regresi sudah lolos uji linieritas

#### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini dipakai guna Menganalisis hubungan antara variabel dependen (Y) dan beberapa variabel independen (X1, X2, X3) (Gujarati & Porter, 2009). Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan *software eviews 10*.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y  
 Method: Least Squares  
 Date: 02/10/25 Time: 11:28  
 Sample: 1 98  
 Included observations: 98

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
X1	-0.001968	0.055449	-0.035499	0.9718
X2	0.161959	0.051945	3.117892	0.0024
X3	0.481370	0.101628	4.736569	0.0000
C	3.214117	0.938376	3.425190	0.0009

R-squared	0.498079	Mean dependent var	12.17347
Adjusted R-squared	0.482060	S.D. dependent var	1.519804
S.E. of regression	1.093774	Akaike info criterion	3.057104
Sum squared resid	112.4560	Schwarz criterion	3.162613
Log likelihood	-145.7981	Hannan-Quinn criter.	3.099781
F-statistic	31.09343	Durbin-Watson stat	1.844261
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil regresi linear berganda tersebut, persamaan regresi linear yang diaplikasikan pada riset ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan : Y : Variabel terikat (Keputusan Nasabah)

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi Reputasi Perusahaan

$X_1$  : Reputasi Perusahaan

$b_2$  : Koefisien regresi Keamanan

$X_2$  : Keamanan

$b_3$  : Koefisien regresi Kepercayaan Nasabah

$X_3$  : Kepercayaan Nasabah

e : Residual

Hasil analisis model regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 3.214 + (-0.002 X_1) + 0.162 X_2 + 0.481 X_3 + e$$

Interpretasinya:

- a)  $a = 3,214$ , artinya apabila Reputasi Perusahaan ( $X_1$ ), Keamanan ( $X_2$ ), dan Kepercayaan Nasabah ( $X_3$ ) memiliki nilai sebesar 0, maka Keputusan Nasabah ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar 3,214.
- b)  $b_1 = (-0,002)$ , artinya apabila Keamanan ( $X_2$ ), dan Kepercayaan Nasabah ( $X_3$ ) memiliki nilai yang tetap, maka setiap peningkatan Reputasi Perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 1 satuan akan menurunkan Keputusan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,002.
- c)  $b_2 = 0,162$ , artinya apabila Reputasi Perusahaan ( $X_1$ ), dan Kepercayaan Nasabah ( $X_3$ ) memiliki nilai yang tetap, maka setiap peningkatan Keamanan ( $X_2$ ) sebesar 1 satuan akan meningkatkan Keputusan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,162.
- d)  $b_3 = 0,481$ , artinya apabila Reputasi Perusahaan ( $X_1$ ), dan Keamanan ( $X_2$ ) memiliki nilai yang tetap, maka setiap peningkatan Kepercayaan Nasabah ( $X_3$ ) sebesar 1 satuan akan meningkatkan Keputusan Nasabah ( $Y$ ) sebesar 0,481.

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ialah sebuah pernyataan yang masih lemah terhadap kebenarannya, oleh karena itu perlu adanya pembuktian dengan dugaan yang bersifat sementara (Sugiyono, 2007). Berikut ialah hasil uji hipotesis yang telah dilaksanakan.

a) Uji t Parsial

Dipakai guna mengetahui signifikansi pengaruh masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Uji ini dilaksanakan dengan cara perbandingan nilai t tabel dengan t hitung. Dengan tingkat signifikansi 5% untuk uji dua sisi, dan memiliki 98 sampel serta 3 variabel independen. Didapati nilai  $df = n - k - 1 \Rightarrow 98 - 3 - 1 = 94$  dan  $\alpha/2 = 0,025$ , maka t tabelnya 1,986. Ketika nilai t hitung  $> t$  tabel (1,986) atau dengan signifikansinya dibawah 0.05 (5%), jadi secara sendiri-sendiri variabel independen berpengaruh secara signifikan kepada variabel dependen, berlaku sebaliknya (Gujarati & Porter, 2009).

Berdasarkan hasil uji parsial pada hasil uji regresi linier berganda diatas, variabel Reputasi Perusahaan (X1) memperoleh hasil nilai t hitung  $(0.036) < t$  tabel (1,986). Hasil nilai t negatif dan nilai prob.-nya  $0,972 > \alpha$  (0,05). Maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Artinya variabel Reputasi Perusahaan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil uji parsial pada hasil uji regresi linier berganda diatas, variabel Keamanan (X2) memperoleh hasil nilai t hitung  $3.118 > t$  tabel (1,986). Hasil nilai t positif dan nilai prob.-nya  $0,002 < \alpha$  (0,05). Maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Artinya variabel Keamanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil uji parsial pada hasil uji regresi linier berganda diatas, variabel Kepercayaan Nasabah (X3) memperoleh hasil nilai t hitung  $4.737 > t$  tabel (1,986). Hasil nilai t positif dan nilai prob.-nya  $0,000 < \alpha$  (0,05). Maka  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Artinya variabel Kepercayaan Nasabah (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

b) Uji F Simultan

Uji F digunakan guna mencari tahu pengaruh variabel bebas secara bersamaan kepada variabel terikat. Asumsinya adalah jika nilai *F statistic*  $> F$  tabel (2,70) atau dengan nilai probabilitasnya dibawah 0,05 jadi bisa disebut jika variabel bebas secara bersamaan memengaruhi variabel terikat, begitupun sebaliknya (Gujarati & Porter, 2009).

Berdasarkan hasil output menunjukkan bahwa F hitung  $31.09 > F$  tabel (2,70). Adapun prob. F hitung pada tabel di atas nilainya  $0,000 < 0,05$  maka keputusannya  $H_05$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima. Yang artinya variabel Reputasi Perusahaan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan Nasabah (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari *Adjusted R Square* yang ada pada hasil uji regresi linear berganda melalui *software*



*views*. Dari hasil di atas dapat dilihat bahwa didapati nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,482. Hal ini berarti variabel Reputasi Perusahaan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan Nasabah (X3) secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Keputusan Nasabah (Y) sebesar 48,2%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 51,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah**

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial variabel Reputasi Perusahaan (X1) didapati H01 diterima dan Ha1 ditolak. Artinya variabel Reputasi Perusahaan (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil ini mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan belum menjadi faktor yang cukup kuat untuk memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai. Berdasarkan pertanyaan yang dilontarkan menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal kurang memiliki kemampuan untuk memberikan layanan yang profesional dan terpercaya. Selain itu Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal juga kurang memiliki penafsiran harga yang baik dan tinggi. Serta Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal kurang menjaga hubungan baik dengan nasabah melalui menjaga kepercayaan dan komunikasi yang baik menjadikan rendahnya reputasi Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Tidak sampai disitu, dimata responden Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal kurang memiliki pengalaman yang panjang dan kompeten dalam mengelola layanan gadai berbasis syariah. Ditambah kurangnya inovasi dalam pemasaran ataupun pelayanannya menjadikan semakin tidak berpengaruhnya reputasi perusahaan terhadap keputusan penggunaan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian milik (Saputri, 2019).. Dimana pada penelitian tersebut Reputasi Perusahaan (X1) terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Jambi. Artinya temuan penelitian ini mendukung penelitian tersebut.

## 2. Pengaruh Keamanan terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial variabel Keamanan (X2), didapati  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Keamanan (X2) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Nasabah (Y) di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi keamanan dalam bertransaksi merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan nasabah. Berdasarkan pertanyaan yang diberikan kepada responden menunjukkan bahwa responden merasa yakin bahwa sistem yang digunakan oleh Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal menjamin keamanan barang

jaminan nasabah. Kemudian responden merasa yakin bahwa layanan Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal aman ketika digunakan. Disamping itu responden juga merasa yakin bahwa Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal senantiasa menjaga keamanan dan kerahasiaan transaksi nasabah menjadikan tingginya keamanan pada Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Dalam hal lainnya, responden merasa yakin bahwa Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal akan melindungi data pribadi dengan baik. Ditambah responden juga merasa yakin bahwa Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal tidak akan menyalahgunakan informasi pribadinya yang menjadikan keamanan berpengaruh positif signifikan kepada keputusan nasabah menggunakan produk gadai syariah di Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal..

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian milik (Aprianti et al., 2023). Dimana pada penelitian tersebut Keamanan (X2) terbukti memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) dalam Menggunakan QRIS Livin' By Mandiri pada Bank Mandiri. Artinya temuan penelitian ini mendukung penelitian tersebut.

### 3. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial variabel Kepercayaan Nasabah (X3), didapati H03 ditolak dan Ha3 diterima. Artinya, Kepercayaan Nasabah (X3) berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Nasabah (Y) di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kepercayaan nasabah terhadap institusi Pegadaian Syariah memainkan peran utama dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan layanan gadai. Berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada responden menunjukkan bila Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal selalu memberikan layanan dan keuntungan sesuai dengan janji yang disampaikan. Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal juga senantiasa memperhatikan kebutuhan responden sebagai nasabah.. Ditambah dimata beberapa responden percaya bahwa Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal adalah lembaga yang memiliki reputasi baik. Dalam penelitian ini berpengaruhnya keamanan terhadap keputusan nasabah turut menunjukkan bila kepercayaan nasabah salah satunya muncul dari rasa aman yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian milik (Maemunah dan Mauludin, 2021). Dimana pada penelitian tersebut Kepercayaan (X3) terbukti memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah (Y) menggunakan jasa keuangan syariah. Artinya temuan penelitian ini mendukung penelitian tersebut.

#### 4. Pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan, variabel Reputasi Perusahaan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan Nasabah (X3) didapati  $H_{05}$  ditolak dan  $H_{a5}$  diterima. Artinya, variabel Reputasi Perusahaan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan Nasabah (X3) secara bersama-sama

berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggung Tegal.

Hasil tersebut menegaskan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai syariah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari interaksi berbagai aspek yang saling melengkapi. Keamanan dalam bertransaksi memberikan jaminan bagi nasabah bahwa aset mereka aman, sementara Kepercayaan Nasabah mencerminkan keyakinan terhadap integritas dan transparansi layanan Pegadaian Syariah. Meskipun Reputasi Perusahaan secara individu tidak berpengaruh signifikan, kontribusinya menjadi lebih bermakna ketika dilihat dalam konteks simultan bersama faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah tidak hanya mempertimbangkan kredibilitas perusahaan, tetapi juga mengutamakan pengalaman langsung yang dapat membangun rasa aman dan kepercayaan.

Keputusan nasabah yang kompleks ini mencerminkan kebutuhan untuk mendapatkan layanan yang tidak hanya memberikan solusi finansial tetapi juga memperhatikan nilai-nilai kepercayaan, keamanan, dan kredibilitas institusi. Interaksi antara ketiga faktor ini menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak bekerja secara independen, melainkan saling melengkapi dalam mendorong keputusan penggunaan layanan gadai syariah. Hasil ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam memahami perilaku nasabah, di mana berbagai elemen bekerja bersama-sama untuk menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan, Keamanan, dan Kepercayaan Nasabah terhadap Keputusan Nasabah menggunakan layanan gadai di Unit Pegadaian Syariah Sumurpanggang Tegal. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Reputasi Perusahaan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kredibilitas perusahaan belum menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan nasabah.
2. Keamanan (X2) berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Nasabah merasa lebih nyaman dan percaya menggunakan layanan gadai yang menjamin keamanan transaksi dan perlindungan aset.
3. Kepercayaan Nasabah (X3) berpengaruh signifikan secara positif terhadap Keputusan Nasabah (Y). Kepercayaan terhadap integritas, transparansi, dan prinsip syariah yang dijalankan oleh Pegadaian Syariah merupakan faktor kunci dalam mendorong keputusan nasabah.
4. Secara simultan, variabel Reputasi Perusahaan, Keamanan, dan Kepercayaan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Keputusan

Nasabah (Y). Hal ini menegaskan bahwa keputusan nasabah dipengaruhi oleh interaksi berbagai faktor yang saling melengkapi, dengan Keamanan dan Kepercayaan Nasabah sebagai faktor dominan.

Dalam konteks *Theory of Planned Behavior* (TPB), hasil ini menunjukkan bahwa sikap positif terhadap layanan, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan berperan penting dalam membentuk niat dan keputusan nasabah untuk menggunakan layanan gadai syariah.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Berdasar dari pengalaman langsung peneliti saat proses penelitian ini, terdapat-keterbatasan-keterbatasan yang dirasakan supaya bisa ditinjau kembali untuk peneliti setelahnya supaya bisa menjadikan penelitian yang sempurna, sebab penelitian ini terdapat kekurangan-kekurangan yang bisa jadi memengaruhi hasilnya. Adapun keterbatasannya disini diantaranya:

1. Total sampel yang diujikan hanya 98 responden dimana belum dapat maksimal dalam memvisualisasikan kondisi sebenarnya.
2. Masih ditemui sampel yang belum tepat mencermati instrumen pada angket ditambah respon yang diberikannya kadang tak menggambarkan pandangan mereka yang sejujurnya, membuat hasil yang didapat mungkin belum akurat.
3. Penelitian ini hanya mengkaji tentang pengaruh reputasi perusahaan, keamanan, dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan nasabah membuat diperlukan pengembangan cangkupan selanjutnya guna mengkaji aspek lainnya yang tidak terdapat disini.

## DAFTAR PUSTAKA

- 'Aliyah, H. A. (2023). Pengaruh Persepsi Penggunaan, Keamanan, dan Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Bertransaksi Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS). *NBER Working Papers*, 89.
- Adam, M. (2022). *Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. I*, 107–132.
- Akib, B., & Wiranto, W. (2024). *Peran Electronic Word of Mouth ( E-Wom ) dan Tingkat Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amanah. 3*, 1–22.
- Amari, R. O. (2023). *Theory Of Planed Behavior Terhadap Niat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderasi. 07(02)*, 31–41.
- Aprianti, R. D., Alhadi, E., & Badri, M. (2023). *Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan QRIS Livin' By Mandiri pada Bank Mandiri. 3(2)*, 65–74.
- Assyfa, L. N. (2020). Pengaruh Uang Saku, Gender Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Akuntansi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Platform Riset Mahasiswa Akuntansi (PRISMA)*, 01(01), 109–119.
- Astuti, D. T. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN DAN REPUTASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH DI KOTA BANDA ACEH). *Range Management and Agroforestry*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.fcr.2017.06.020>
- Bakhtiar, M. R., Kartika, E., & Listyawati, I. (2022). Faktor-faktor pengaruh minat nasabah pengguna internet banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5696>
- Batubara, S., & Nasution, A. (2021). Strategi Pemasaran dan Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Unit Sadabuan Padangsidempuan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 138–150. <https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i2.7237>
- Efris Saputri, E. J. (2019). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil dan Bunga, dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah dan Bank Konvensional di Kota Jambi. *Jurnal Riset Akuntansi Jambi*, 2(2), 38–46. <https://doi.org/10.35141/jraj.v2i2.492>
- Elisa, G., Bujung, A., Liestiandre, H. K., & Ayu, D. (2023). *Pengaruh Bauran*



*Pemasaran Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Daya Tarik Wisata Kawasan Luar Pura Uluwatu. 1(1), 40–52.*  
<https://doi.org/10.52352/jastd.v1i1.1032>

- Farokha, S., & Rivai, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(3), 1323–1341.
- Ghozali. (2022). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen e-ISSN: 2461-0593. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sirkah Purbantara Utama*, 10(19), 1–18.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic Econometrics Fifth Edition. In Introductory Econometrics: A Practical Approach*. McGraw-Hill/Irwin.
- Haninda, R. N., Mahsun, A., & ... (2021). Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Daihatsu Sigra pada PT. Armada International Motor Surabaya. *Yos Soedarso Economic ...*, 3(2), 49–60.
- Hanum, H., & Wiwoho, G. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(4), 465–480.
- Harahap, H., Atika, & Jannah, N. (2023). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GAYA HIDUP SYARIAH, TINGKAT BONUS, BEBAS BIAYA ADMINISTRASI DAN TINGKAT KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN EASY WADIAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH INDONESIA KC MEDAN GAJAH MADA)*. 07(02), 1–14.
- Hendrawan, N., & Mas'ud, F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Brimo pada Nasabah Bank BRI Cabang Kab. Tangerang yang Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah. *Jurnal MD: Jurnal Manajemen Dakwah*, 9(1), 1–28.
- Karimah, A. N. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kepercayaan, Dan Teknologi Informasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) Pada Pegadaian Syariah Kota Semarang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.
- Kuswara, A. (2022). *Pengaruh Sikap, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Keputusan Nasabah pada Pegadaian Cabang Pembantu Medan Petisah*. Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
- Maemunah, H., & Mauludin, M. N. (2021). *ANALISIS PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN SYARIAH*. 04(01), 1117–

1131.

- Maharani, L. G., Studi, P., Syariah, P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., Raden, N., & Said, M. A. S. (2023). *Pengaruh Reputasi Dan Islamic Branding Syariah Di Unit Pegadaian Syariah ( Ups ) Ngabean.*
- Miharta, K. J., & Khusnudin. (2022). *PENGARUH REPUTASI, CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGAMBIL PRODUK PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK MUAMALAT KC KEDIRI.* 57–65.
- Napitupulu, M. H., & Supriyono. (2023). *Pengaruh Keamanan dn Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada Di Surabaya.* 5(2), 789–800. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1335>
- Nawawi, I., & Permadi, A. (2022). Pengaruh Karakteristik Pemasaran Syariah Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang. *RISK : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 3(2), 25–38. <https://doi.org/10.30737/risk.v3i2.4056>
- Nurdin, et al. (2020). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, 3(1).
- Nurhakiki, Fitriyani, Y., Aini, Q., & Afiffudin, M. (2023). Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah Pada KSPPS BMT Anfa' NU Kabupaten Magelang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 876–884.
- Oktariani, F., Panorama, M., & Bayumi, M. R. (2024). *Pengaruh Fitur Layanan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Kc Palembang Demang Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening.* 01(03), 618–626.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.32497/keunis.v8i1.2117>
- Pratama, Z. P. (2020). *Pengaruh Biaya Administrasi, Biaya Ujrah, Dan Keamanan Terhadap Minat Masyarakat Dalam Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Aceh Cabang Banda Aceh.* Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan,

Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>

- Rohmah, R. S., & Martini, E. (2021). Analisis Niat Konsumen Dalam Menggunakan Qris Di Surakarta Berdasarkan Model Decomposed Theory of Planned Behavior Analysis of Consumer Intention in Using Qris in Surakarta Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior Model. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 1–13.
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Sugiyono. (2007). *Statistik Untuk Penelitian* (p. 390). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*.
- Suwanti, R., Basalamah, S., & Kamase, J. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memiliki Tabungan Britama Pada Kantor Cabang Pembantu Bank Rakyat Indonesia Slamet Riyadi Makassar. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 145–158. <https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.378>
- Usvita, M. (2021). Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(1), 47–53. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i1.339>
- Utami, Y. C., Hartono, S., & Kustiyah, E. (2020). Kepuasan Nasabah Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Dan Persepsi Klaim Nasabah (Studi Pada Kc Ajab Bumiputera 1912 Surakarta). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 31–38. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.852>
- Wati, Y. (2019). Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Reputasi terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Menabung pada Bank BRI Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah KCP Sragen Atrium). *Salatiga : IAIN Salatiga, Skripsi*.
- Zaelani, R. H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 14–24.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

### A. IDENTITAS

1. Nama : Sulistiani
2. Tempat tanggal lahir : Brebes, 27 Juli 2002
3. Alamat rumah : Jl. Makam Sigeleng , Desa Kupu Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes
4. Alamat tinggal : Jl. Makam Sigeleng , Desa Kupu Kecamatan Wanasari Kabupaten Brebes
5. Nomor handphone : 085647749883
6. Email : listian27@gmail.com
7. Nama ayah : Ruslani
8. Pekerjaan ayah : Wiraswasta
9. Nama ibu : Daswati
10. Pekerjaan ibu : Wiraswasta

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri Kabodelan 03 (2008-2014)
2. SMP : SMP Negeri 04 Wanasari (2014-2017)
3. SMA : MA Negeri 01 Brebes (2017-2020)

### C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. KPMDB Wilayah Pekalongan, Koordinator Divisi Kewirausahaan, 2021-2023
2. PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia), Anggota Divisi Keagamaan, 2022-2023.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.uingusdur.ac.id](http://perpustakaan.uingusdur.ac.id) Email : [perpustakaan@uingusdur.ac.id](mailto:perpustakaan@uingusdur.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SULISTIANI  
NIM : 4120035  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : listian277@gmail.com  
No. Hp : 085647749883

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **PENGARUH REPUTASI PERUSAHAAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI UNIT PEGADAIAN SYARIAH SUMURPANGGANG TEGAL**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Brebes, 21 Maret 2025



**SULISTIANI**  
**NIM. 4120035**