

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI, FAKTOR PSIKOLOGIS, DAN
KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI NASABAH PADA
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SYARIAH
DI PEGADAIAN PASAR SAMPANG CILACAP**



Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :
AHLAM FIKAR
NIM. 1917202195

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahlam Fikar
NIM : 1917202195
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan *Sharia Compliance* terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 8 Januari 2024

Saya yang menyatakan,



Ahlam Fikar
NIM. 1917202195



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI, FAKTOR PSIKOLOGIS, DAN
KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI NASABAH PADA
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SYARIAH DI PEGADAIAN PASAR
SAMPANG CILACAP**

Yang disusun oleh Saudara **Ahlam Fikar NIM 1917202195** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 18 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Rini Meliana, S.E., M.Ak.
NIP. 19940713 202012 2 016

Pembimbing/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

Purwokerto, 21 Januari 2024

Mengesahkan

Dekan,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ahlam Fikar NIM 1917202195 yang berjudul:

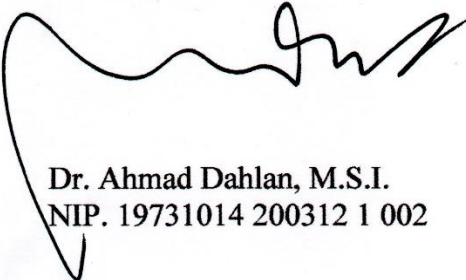
**Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan *Sharia Compliance*
terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di
PT Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 5 Januari 2024

Pembimbing,



Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI, FAKTOR PSIKOLOGIS, DAN
KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI NASABAH PADA
KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SYARIAH
DI PEGADAIAN PASAR SAMPANG CILACAP**

Ahlam Fikar
NIM. 1917202195

Email: ahlam10fikar10@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Banyak masyarakat yang memilih alternatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memulai usaha. Namun seringkali aspek modal menjadi kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha, sehingga mereka memerlukan akses pembiayaan agar usahanya dapat berjalan lancar. Di era ekonomi sekarang ini, sudah banyak berkembang lembaga keuangan baik lembaga keuangan bank maupun bukan bank. Berbagai macam produk yang ditawarkan bahkan produk yang berlandaskan prinsip syariah juga semakin berkembang. Hal itu agar dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang juga beragam karakternya. Penelitian ini mengkaji terkait KUR Syariah yang belum lama ini resmi dipasarkan oleh pegadaian konvensional yaitu pada bulan September 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di Pegadaian Pasar Sampang Cilacap.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala pengukuran yaitu Skala Likert. Sampel dalam penelitian ini merupakan sampel populasi yaitu sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Namun sebelum melakukan Analisis Regresi Linear Berganda, terlebih dahulu dilakukan Uji Instrumen Data dan Uji Asumsi klasik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Faktor pribadi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah, dengan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung $4,903 > t$ tabel 1,984. 2) Faktor psikologis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah, dengan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung $5,676 > t$ tabel 1,984. 3) Kepatuhan syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah, dengan nilai signifikansi $0,267 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,117 < t$ tabel 1,984. 4) Faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah, dengan nilai F hitung $48,634 \geq F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$. 5) Faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah mampu memengaruhi preferensi sebesar 59,1 % dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,591.

Kata kunci: Pribadi, Psikologis, Kepatuhan Syariah, Preferensi, KUR Syariah

**THE INFLUENCE OF PERSONAL FACTORS, PSYCHOLOGICAL
FACTORS, AND SHARIA COMPLIANCE ON CUSTOMER PREFERENCES
IN SHARIA PEOPLE'S BUSINESS CREDIT (KUR)
AT PEGADAIAN PASAR SAMPANG CILACAP**

Ahlam Fikar
NIM. 1917202195

Email: ahlam10fikar10@gmail.com

*Study Program of Sharia Banking, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Many people choose alternatives to fulfill their daily needs by starting a business. However, the capital aspect is often the main obstacle faced by business actors, so they need access to financing so that their business can run smoothly. In the current economic era, many financial institutions, both bank and non-bank financial institutions, have developed. The various kinds of products offered, even products based on sharia principles, are also increasingly developing. This is so that it can adapt to the needs of consumers who also have diverse characters. This research examines the Sharia KUR which was recently officially marketed by conventional pawnshops, namely in September 2022. This research aims to measure the influence of personal factors, psychological factors, and sharia compliance on customer preferences for KUR Syariah at Pegadaian Pasar Sampang Cilacap.

The research method used is a quantitative research method. Primary data was obtained through distributing questionnaires with a measurement scale, namely the Likert Scale. The sample in this research is a population sample of 100 respondents. The data analysis technique uses Multiple Linear Regression Analysis. However, before carrying out Multiple Linear Regression Analysis, first carry out a Data Instrument Test and a classic Assumption Test.

The results of this research show that: 1) Personal factors partially have a positive and significant effect on customer preferences, with a significance value of $0.000 \leq 0.05$ and a calculated t value of $4.903 > t$ table 1.984. 2) Psychological factors partially have a positive and significant effect on customer preferences, with a significance value of $0.000 \leq 0.05$ and a calculated t value of $5.676 > t$ table 1.984. 3) Sharia compliance partially has no significant effect on customer preferences, with a significance value of $0.267 > 0.05$ and a calculated t value of $1.117 < t$ table 1.984. 4) Personal factors, psychological factors, and sharia compliance simultaneously have a positive and significant effect on customer preferences, with a calculated F value of $48.634 \geq F$ table 2.70 and a significance value of $0.000 \leq 0.05$. 5) Personal factors, psychological factors, and sharia compliance are able to influence preferences by 59.1% with an Adjusted R Square value of 0.591.

Keywords: *Personal, Psychological, Sharia Compliance, Preference, Sharia KUR*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ṡa	Ṡ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥ	Ḥ	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	Ḍ	de (dengan garis di bawah)
ط	Ṭa	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Ditulis	'iddah

C. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	Karamah al-auliya'
----------------	---------	--------------------

2. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitri
------------	---------	----------------

D. Vokal pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vocal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jahiliyah
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya'	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U

	فروض	Ditulis	Furud
--	------	---------	-------

F. Vocal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

G. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	a'iddat

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyas
--------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-sama
--------	---------	---------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	Zawi al-furud
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saat ini kita masih diberikan ketetapan iman dan Islam. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir nanti. Dengan segala nikmat yang telah Allah SWT anugerahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan *Sharia Compliance* terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap”.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi maupun penyajiannya. Namun demikian, skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta manfaat khususnya bagi penulis dan pembaca. Pada kesempatan ini, dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan baik moril maupun materil. Oleh karenanya, dengan rasa ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih, terutama kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), yang telah banyak memberikan kemudahan penyelesaian berbagai administrasi untuk kelancaran pelaksanaan penelitian.
3. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I, Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

4. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
5. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan ekonomi, wawasan, kepedulian, komitmen, dan ketulusannya.
6. Dr. Ahmad Dahlan M.S.I., Dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, pikiran, dan pandangannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Pegadaian UPC Pasar Sampang yang telah memberikan izin dan bantuan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Hamam Masykur dan Ibu Titin Nuzuliana selaku kedua orangtua penulis yang tiada henti mencurahkan kasih sayang, memberikan dukungan, dorongan/motivasi, doa, semangat, dan pengorbanan moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Nata Tsani Irfana yang menemani sampai sejauh ini, memberikan dukungan, motivasi, dan semangat serta bantuannya kepada penulis baik secara moril maupun materil.
10. Teman satu markas sekaligus teman seperjuangan, yakni Zen Firman Ery Cahyo, Mahrus Alwi, dan Muh. Naufal Abdurrahman Darda yang telah kebersamai kehidupan penulis serta memberikan dorongan dan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, dan Bang Dika Tingwe selaku pengelola tempat (markas) dimana tempat tersebut menjadi salah satu saksi dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Semua teman dan sahabat penulis yang telah kebersamai kehidupan penulis dan memberikan dorongan, dukungan, serta motivasi.
12. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah D angkatan 2019, terimakasih atas kebersamaannya dalam suka maupun duka, dukungan dari teman-teman kepada penulis tidak akan pernah terlupakan, dan semoga tetap terjalin silaturahmi dengan baik satu sama lain.

13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjasa memberikan bantuan serta bimbingan kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam pembuatan skripsi ini yang harus dibenahi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan, kritik, dan saran yang bersifat membangun guna sempurnanya skripsi ini di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat dimanfaatkan oleh siapa saja bagi yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 1 Januari 2024



Ahlam Fikar



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Kajian Pustaka	12
B. Kajian Teori.....	17
C. Landasan Teologis	27
D. Hipotesis Penelitian dan Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Jenis Penelitian	34
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian	35
E. Pengumpulan Data Penelitian.....	36
F. Analisis Data Penelitian.....	40
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44

B. Deskripsi Karakteristik Responden	54
C. Hasil Penelitian	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Keterbatasan Penelitian.....	74
C. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	119



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah KUR Syariah di Pegadaian UPC Pasar Sampang.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian	36
Tabel 4. 1 Simulasi Angsuran Produk KUR Syariah Pegadaian	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama	56
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas.....	60
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Normalitas	62
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	63
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	64
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	64
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	33
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 3. Hasil Output SPSS Versi 26.....	110
Lampiran 4. Dokumentasi.....	116



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang besar dan tersebar di berbagai wilayah. Banyak masyarakat yang memilih alternatif dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan memulai usaha. Namun kendala utama yang dihadapi oleh para pelaku usaha adalah pada segi modal, sehingga mereka memerlukan akses pembiayaan agar usahanya dapat berjalan lancar dan dapat meningkatkan taraf hidupnya. Adapun menurut Huda & Heykal (2010) bahwa dalam dunia perekonomian terutama bagi pedagang kecil, adanya masalah keterbatasan modal selalu dirasakan sebagai salah satu kendala utama dalam mengembangkan usaha mereka. Dengan keterbatasan modal yang dirasakan oleh pedagang kecil, sangat diharapkan adanya akses serta terjangkanya kredit finansial dengan jumlah yang relatif terjangkau, syarat yang terjangkau, dan prosedur yang mudah dan tepat waktu.

Lembaga keuangan merupakan sebuah perantara dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Lembaga keuangan terdiri dari lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Lembaga keuangan berperan penting dalam perekonomian di Indonesia dan merupakan salah satu aspek yang penting dalam kehidupan baik dalam bertransaksi, penyimpanan, layanan pembayaran maupun kebutuhan akan dana. Menurut Latumaerissa (2011) lembaga keuangan bukan bank meliputi pegadaian, perusahaan asuransi, koperasi dan lain sebagainya. Lembaga keuangan bukan bank terutama pegadaian dalam operasionalnya hampir sama dengan bank seperti pelayanan jasa, investasi berupa kepemilikan kendaraan bermotor dan logam mulia, pembiayaan usaha serta kebutuhan akan dana.

Menurut Subagyo (1999:88) menyatakan bahwa pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khusus yaitu secara hukum gadai. Sigit Triandaru dkk. (2000) menyatakan bahwa pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai.

Pegadaian merupakan lembaga keuangan non-bank yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan menahan suatu barang sebagai jaminan pinjaman. Selain menyediakan layanan gadai (*ar-rahn*), pembayaran listrik, telpon serta kepemilikan kendaraan bermotor dan Logam Mulia (LM) pegadaian juga menyediakan pembiayaan untuk suatu usaha dalam sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang salah satu produknya adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat (KUR) menjadi salah satu instrumen keuangan yang penting dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Upaya peningkatan akses pada sumber pembiayaan antara lain dilakukan dengan memberikan penjaminan kredit bagi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Kredit Usaha Rakyat merupakan kredit/pembiayaan yang diberikan oleh perbankan kepada UMKM yang *feasible* tapi belum *bankable*. Maksudnya adalah usaha tersebut memiliki prospek bisnis yang baik dan memiliki kemampuan pengembalian namun belum memenuhi persyaratan kredit bank misalnya dalam hal agunan. UMKM dan Koperasi yang diharapkan dapat mengakses KUR adalah yang bergerak di sektor usaha produktif antara lain: pertanian, perikanan dan kelautan, perindustrian, perdagangan, kehutanan, dan jasa keuangan simpan pinjam (Harahap & Nasution, 2021).

Dalam era ekonomi yang semakin berkembang, sektor keuangan Islam telah menarik perhatian yang signifikan di Indonesia. Keuangan syariah menjadi salah satu pilihan utama bagi individu dan perusahaan yang

ingin mengadopsi prinsip-prinsip ekonomi Islam. PT. Pegadaian UPC (Unit Pelayanan Cabang) Pasar Sampang adalah salah satu lembaga keuangan konvensional yang memasarkan produk KUR Syariah yang merupakan produk *channeling* dari pegadaian syariah. Produk *channeling* ini merupakan produk syariah yang dipasarkan oleh pegadaian konvensional. KUR Syariah Pegadaian adalah fasilitas pinjaman kepada pemilik usaha produktif untuk pengembangan usaha dalam jangka waktu tertentu sesuai prinsip syariah. PT Pegadaian UPC Pasar Sampang berada dibawah Pegadaian Cabang Bumiayu.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah merupakan bentuk pembiayaan modal kerja atau investasi yang ditujukan kepada debitur individu, terutama bagi masyarakat ekonomi menengah ke bawah, serta kelompok usaha yang memiliki tingkat produktivitas yang memadai namun belum memiliki agunan tambahan atau jika agunan tambahannya masih tidak mencukupi dan dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam, dan memiliki potensi untuk memberikan solusi finansial bagi pelaku usaha super mikro dan UMKM (Mongkito et al., 2021).

KUR atau disebut Kredit Usaha Rakyat berbasis syariah yang diluncurkan PT. Pegadaian menjadi andalan pendanaan yang diberikan pemerintah untuk mendukung pemodal Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). KUR sangat fleksibel karena dengan Foto copy data diri dan izin usaha serta bermodal kepercayaan sudah bisa menggunakan produk Pegadaian tersebut. Dengan bunga ringan flat 3% pertahun yang sangat meringankan pembayaran Nasabah yang ingin menggunakannya. Hal inilah membuat produk KUR syariah dari pegadaian diminati. Lalu pembiayaan KUR tidak sembarangan, perlunya melihat Riwayat BI – Checking ataupun sistem yang mengelola data riwayat debitur terkait pada penyelesaian pinjaman. Skema yang diberikan berdasarkan prinsip prinsip syariah, prinsip yang fatwa nya dikeluarkan oleh Lembaga yang berwenang sebagaimana pada Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Sebagaimana KUR syariah dengan akad *rahn*

memberikan pinjaman dari Rp. 1.000.000 sampai Rp. 10.000.000 dengan jangka waktu sampai 36 Bulan (Nurtanto et al., 2023).

Di tengah tingginya persaingan dalam industri keuangan syariah, terdapat beragam jenis lembaga pembiayaan yang ada di Indonesia mulai dari kelas tradisional sampai modern. Bahkan dewasa ini perkembangan lembaga pembiayaan sangat menggembirakan sebagai pengganti sebagian dari kegiatan perbankan yang tidak terlayani selama ini. Pada akhirnya masyarakat banyak punya pilihan dalam memenehi kebutuhan akan dana dalam rangka membiayai kegiatan usahanya. Begitupun dengan lembaga keuangan Pegadaian yang tidak mau ketinggalan dalam memberikan layanan mendekati konsumen melalui pembukaan cabang atau gerai pegadaian dengan pelayanan yang semakin optimal. Oleh karena itu PT Pegadaian UPC Pasar Sampang perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah terhadap produk KUR Syariah.

Preferensi nasabah tersebut muncul karena ada faktor yang melatarbelakanginya baik itu faktor internal maupun eksternal. Faktor internal dari nasabah seperti faktor pribadi dan faktor psikologis. Sedangkan faktor eksternal dapat berasal dari perusahaan yang menawarkan suatu produk tersebut, seperti *sharia compliance* (kepatuhan syariah) karena dalam hal ini KUR Syariah merupakan produk syariah. Menurut Kotler (2001) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain kebudayaan, pribadi, sosial, dan psikologis.

Menurut Kotler & Keller (2007), faktor pribadi meliputi siklus hidup, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup. Faktor ini disebutkan juga sebagai bentuk karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses pembelajaran, dan keyakinan atau sikap, faktor ini merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang.

Kepatuhan Syariah (*Sharia compliance*) juga menjadi pertimbangan penting bagi nasabah yang ingin menggunakan produk keuangan syariah, termasuk KUR syariah. Jika merujuk pada sejarah perkembangan bank syariah, alasan utama dari keberadaan perbankan syariah adalah munculnya kesadaran masyarakat muslim yang ingin menjalankan seluruh aktifitas keuangannya berdasarkan Al-Qur'an dan Sunnah. Kepatuhan syariah mencakup aspek legalitas produk, akad yang digunakan pada produk, transparansi, pemenuhan prinsip-prinsip syariah, dan akuntabilitas institusi keuangan syariah. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, maka yang dimaksud kepatuhan adalah nilai, perilaku, dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk prinsip syariah bagi bank umum syariah dan unit usaha syariah.

Kepatuhan Syariah (*sharia compliance*) adalah ketaatan lembaga keuangan terhadap prinsip-prinsip syariah yang bertujuan untuk menjamin teraplikasinya prinsip-prinsip syariah dari suatu produk syariah di lembaga keuangan tersebut. Pada penelitian Yenti, dkk. (2021) kepatuhan syariah (*sharia compliance*) merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Kepatuhan syariah juga merupakan fondasi dari integritas dan kredibilitas perusahaan syariah, dimana kepercayaan publik dibangun melalui kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi atau bisnis yang dilakukan.

Menurut Philip Kotler, Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang lebih suka suatu jenis produk dari jenis produk yang lainnya. Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih barang atau jasa yang dianggap khusus (Kotler, 1999). Menurut Setiadi yang dikutip dari Dewi Anggriani (2018) preferensi pelanggan adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang

dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.

Menurut J.F. Engel yang dikutip dari Basu Swasta & Hani Handoko (2000), Perilaku Konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Engel dkk. (1994) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Sedangkan menurut An-Nabhani, pengambilan keputusan merupakan bagian dari perbuatan manusia. Sedangkan setiap dilakukannya suatu perbuatan, maka sudah barang tentu setiap orang memiliki tujuan atas perbuatan yang dilakukannya. Tujuan inilah yang biasa disebut qimatul 'amal (nilai perbuatan). Karena itu, suatu hal yang pasti bahwa setiap perbuatan memiliki nilai tertentu yang ingin dicapai oleh seseorang tatkala ia melakukannya. Kalau tidak, tentulah perbuatan itu akan sia-sia. Adapun nilai tujuan suatu perbuatan tersebut menurut An-Nabhani diantaranya nilai suatu perbuatan yang bisa berupa nilai materi, seperti aktivitas-aktivitas di bidang perdagangan, pertanian, industri dan sejenisnya. Maka, maksud dilakukannya perbuatan itu adalah untuk mendapatkan hasil berupa materi, yaitu memperoleh keuntungan. Nilai ini memiliki peranan tersendiri dalam kehidupan (An-Nabhani et al., 2001).

KUR Syariah di Pegadaian UPC Pasar Sampang mulai dioperasikan pada bulan September 2022. Jumlah nasabah KUR Syariah dari bulan ke bulan terus mengalami peningkatan. Pada tanggal 1 Agustus 2023 tercatat jumlah nasabah mencapai 100 nasabah aktif. Berikut adalah jumlah nasabah KUR Syariah pada bulan Maret 2023 – Juli 2023 di Pegadaian UPC Pasar Sampang.

Tabel 1. 1
Jumlah Nasabah KUR Syariah di Pegadaian UPC Pasar Sampang

Waktu	Jumlah Nasabah
Maret 2023	28
April 2023	43
Mei 2023	63
Juni 2023	82
Juli 2023	100

Sumber data: Pegadaian UPC Pasar Sampang

KUR Syariah di pegadaian termasuk ke dalam jenis KUR Super Mikro, yaitu jenis KUR yang memberi pinjaman dengan nominal mulai dari 1.000.000 – 10.000.000 rupiah dengan margin sebesar 0,14% perbulan. Nasabah KUR Syariah dapat memilih jangka waktu pembiayaan mulai 12, 18, 24, atau 36 bulan dengan minimal usaha yang berjalan selama 6 bulan.

Sikap konsumen terhadap produk Islam dan jasa keuangan perusahaan bisnis sangat beragam, sebagian masyarakat masih menerima sistem bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dan tetap menerima sistem bunga, dan sebagian lagi menolak sistem bunga. Sehingga dari berbagai sikap ini cukup menarik mengenai gambaran tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah pada produk syariah. Hal ini menjadi perhatian utama bagi peneliti sehingga tertarik melakukan penelitian pada nasabah di Pegadaian UPC Pasar Sampang yang merupakan lembaga konvensional. Dasar pemikirannya adalah bagaimana para nasabah melihat fenomena yang terjadi apakah sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja.

Melihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Annisa Nurul Kholid (2022), penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian Cabang Purwokerto. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Sedangkan faktor budaya dan faktor sosial secara parsial tidak

memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas, namun faktor pribadi dan psikologis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

Kemudian dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasir, Safaruddin, Nanang Prihatin, dan Rauzana (2022) penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah (studi pelaku UMKM Kabupaten Bireuen). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah. Selanjutnya secara parsial variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah, sedangkan untuk variabel tata kelola dan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mengkaji “Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Kepatuhan Syariah terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di Pegadaian Pasar Sampang Cilacap”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor nasabah yang memengaruhi preferensinya serta *sharia compliance* yang juga merupakan aspek penting dalam menjaga kepercayaan masyarakat. Sehingga PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang dapat meningkatkan pelayanan dan strategi dalam mengoperasikan produk KUR syariah sesuai dengan kebutuhan dan preferensi nasabah, serta menjadi bahan literasi bagi masyarakat umum.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap?
2. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap?
3. Apakah kepatuhan syariah berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap?
4. Apakah faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah berpengaruh secara simultan terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji pengaruh faktor pribadi terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap.
2. Menguji pengaruh faktor psikologis terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap.
3. Menguji pengaruh kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap.
4. Menguji pengaruh faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah secara simultan terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap.

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Berguna sebagai tambahan wawasan bagi pembaca baik dari kalangan akademis maupun non akademis khususnya para pelaku UMKM.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya dan dapat menambah pemahaman mengenai pengaruh faktor pribadi, faktor psikologis, dan *sharia compliance* terhadap preferensi nasabah pada produk Kredit Usaha Rakyat Syariah.

b. Bagi Nasabah/Masyarakat

Dapat memberikan informasi yang memadai terkait KUR Syariah dan sebagai bahan rekomendasi bagi masyarakat.

c. Bagi Pegadaian

Dapat dijadikan sebagai masukan positif bagi Pegadaian UPC Pasar Sampang dalam memahami preferensi nasabah dan menerapkan *sharia compliance*.

D. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan akan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang kajian pustaka dan kajian penelitian terdahulu

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menyajikan tentang hasil penelitian yang didapat dari beberapa instrumen penelitian termasuk proses penyebaran kuesioner kepada nasabah yang menggunakan produk KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang serta pembahasan atas hasil tersebut

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penulis



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka adalah suatu studi literatur yang artinya mencari sumber data dari bahan sekunder yang berfungsi untuk menunjang penelitian. Selain itu juga digunakan untuk meninjau sejauh mana ilmu yang terkait dengan penelitian berkembang serta sejauh mana kesimpulan pernah dibuat (Nazir, 2005). Penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk memperkaya bahan kajian yang berkaitan dengan topik penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi bahan acuan bagi peneliti :

Penelitian yang dilakukan oleh Aeni Wahyuni dengan judul “Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa budaya, psikologis, dan pribadi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari ketiga variabel tersebut, variabel psikologis memiliki pengaruh sangat dominan terhadap keputusan nasabah (Wahyuni, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasir, Safaruddin, Nanang Prihatin, dan Rauzana dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan Kepatuhan Syariah dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah (studi pelaku UMKM Kabupaten Bireuen). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di

bank syariah. Selanjutnya secara parsial variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah, sedangkan untuk variabel tata kelola dan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah. Penelitian ini merekomendasikan kepada para pelaku UMKM untuk dapat memilih produk-produk yang ada di bank syariah (Nasir et al., 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Purnama dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan faktor sosial, faktor budaya, dan faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup (Purnama, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Novi Imroatul Ula dengan judul “Motivasi Nasabah Memilih Pembiayaan Pegadaian Syariah (Studi Kasus Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dan Pegadaian Lempuyangan)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi nasabah dalam memilih pegadaian, alasan nasabah menggunakan pegadaian dan tingkat kepatuhan syariah di pegadaian syariah. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis peluang linier (LPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pegadaian, sedangkan secara parsial variabel pendapatan dan jaminan adalah variabel yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah, sedangkan variabel lainnya (pengetahuan produk, lokasi, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pegadaian. Berdasarkan hasil kuesioner alasan utama nasabah

menggunakan pegadaian adalah untuk modal usaha karena prosesnya yang mudah dan cepat. Berdasarkan penilain nasabah mengenai tingkat kepatuhan syariah (syariah compliance) di pegadaian syariah bagus, sehingga dalam kegiatannya pegadaian syariah masih berjalan dengan konsep syariah (Ula, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nurul Kholid dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Sedangkan faktor budaya dan faktor sosial secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas, namun faktor pribadi dan psikologis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

Penelitian yang dilakukan oleh Uswatun Hasanah, Nurul Fitriani, dan Kharis Fadlullah Hana dengan judul “Analisis Penerapan Sharia Compliance Pada Produk Pembiayaan KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kesesuaian penerapan Syariah Compliance pada produk pembiayaan KUR-Mikro BSI di Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, Bank Syariah Indonesia telah memenuhi prinsip syariah, karena semua transaksi dan kegiatan berdasarkan fatwa DSN MUI, dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. Kedua, produk pembiayaan KUR-Mikro BSI sudah sesuai dengan prinsip syariah karena tidak semua usaha dapat dibiayai oleh BSI KUR-Mikro, tetapi hanya usaha yang berpotensi halal. Hasil ini memberikan rekomendasi bagi peneliti selanjutnya untuk menganalisis kepatuhan syariah tidak hanya dari penilaian karyawan dan nasabah,

tetapi juga melihat kepatuhan syariah melalui Dewan Pengawas Syariah (DPS) secara langsung (Hasanah et al., 2022).

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang (Wahyuni, 2020)	Budaya, psikologis, dan pribadi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari ketiga variabel tersebut, variabel psikologis memiliki pengaruh sangat dominan terhadap keputusan nasabah	- Variabel bebas yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis	- Variabel bebas yaitu <i>sharia compliance</i> - Variabel terikat yaitu preferensi nasabah, namun variabel keputusan nasabah masih sama-sama terkait perilaku konsumen - Tempat penelitian
2.	Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan Kepatuhan Syariah dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah (Nasir et al., 2022)	Secara simultan variabel literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah. Selanjutnya secara parsial variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah, sedangkan untuk variabel tata kelola dan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah.	- Variabel bebas yaitu kepatuhan syariah (<i>sharia compliance</i>) - Variabel terikat yaitu preferensi nasabah	- Variabel bebas yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis - Tempat penelitian

3.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup (Purnama, 2023).	Secara parsial dan simultan faktor sosial, faktor budaya, dan faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup	Mengkaji tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah memilih produk pembiayaan syariah pada pegadaian	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yaitu <i>sharia compliance</i> - Tempat penelitian
4.	Motivasi Nasabah Memilih Pembiayaan Pegadaian Syariah (Studi Kasus Cabang Pegadaian Syariah Kusumanegara dan Pegadaian Lempuyangan) (Ula, 2019).	Secara simultan variabel pendapatan, pengetahuan produk, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih pegadaian. Secara parsial variabel pendapatan dan jaminan berpengaruh terhadap keputusan nasabah, sedangkan variabel lainnya (pengetahuan produk, lokasi, performa layanan, aspek fisik, perhatian terhadap pelanggan, dan kecepatan) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pegadaian	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel motivasi menjadi indikator pada variabel faktor psikologis - Mengkaji tentang nasabah memilih pembiayaan syariah di pegadaian 	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yaitu <i>sharia compliance</i> - Tempat penelitian
5.	Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto) (Kholid, 2022)	Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Sedangkan faktor budaya dan faktor sosial secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat	Variabel bebas yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yaitu <i>sharia compliance</i> - Variabel terikat yaitu preferensi nasabah - Tempat penelitian

		dalam investasi emas, namun faktor pribadi dan psikologis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas		
6.	Analisis Penerapan <i>Sharia Compliance</i> Pada Produk Pembiayaan KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus (Hasanah et al., 2022).	<ul style="list-style-type: none"> - Bank Syariah Indonesia telah memenuhi prinsip syariah, karena semua transaksi dan kegiatan berdasarkan fatwa DSN MUI, dan diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah. - Produk pembiayaan KUR-Mikro BSI sudah sesuai dengan prinsip syariah karena tidak semua usaha dapat dibiayai oleh BSI KUR-Mikro, tetapi hanya usaha yang berpotensi halal. 	Mengkaji tentang <i>sharia compliance</i> pada produk KUR Syariah	<ul style="list-style-type: none"> - Variabel bebas yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis - Variabel terikat yaitu preferensi nasabah - Tempat penelitian

B. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumen

Menurut J.F. Engel yang dikutip dari Basu Swasta & Hani Handoko (2000), Perilaku Konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan dan persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Menurut Engel dkk. (1994) Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Kemudian menurut An-Nabhani, pengambilan keputusan merupakan bagian dari perbuatan manusia. Sedangkan setiap dilakukannya suatu perbuatan, maka sudah barang tentu setiap orang memiliki tujuan atas perbuatan yang dilakukannya. Tujuan inilah yang biasa disebut qimatul ‘amal (nilai perbuatan). Karena itu, suatu hal yang pasti bahwa setiap perbuatan memiliki nilai tertentu yang ingin dicapai oleh seseorang tatkala ia melakukannya. Kalau tidak, tentulah perbuatan itu akan sia-sia. Adapun nilai tujuan suatu perbuatan tersebut menurut An-Nabhani diantaranya nilai suatu perbuatan yang bisa berupa nilai materi, seperti aktivitas-aktivitas di bidang perdagangan, pertanian, industri dan sejenisnya. Maka, maksud dilakukannya perbuatan itu adalah untuk mendapatkan hasil berupa materi, yaitu memperoleh keuntungan. Nilai ini memiliki peranan tersendiri dalam kehidupan (An-Nabhani et al., 2001).

2. Faktor Pribadi

a. Pengertian Faktor Pribadi

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003), kepribadian adalah organisasi yang dinamis dari sistem psikofisis individu yang menentukan penyesuaian dirinya terhadap lingkungannya secara unik. Sedangkan pribadi adalah sesuatu yang menggambarkan keadaan seseorang secara individu.

b. Indikator Faktor Pribadi

Menurut Kotler & Keller (2007), faktor pribadi meliputi siklus hidup, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup. Lalu dengan menyesuaikan pada penelitian ini, peneliti menggunakan indikator-indikator faktor pribadi, yaitu:

1) Religiusitas

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan

benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq (Dewi, 2019).

2) Riwayat Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting bagi nasabah. Nasabah yang memiliki pendidikan tinggi dan wawasan yang luas akan lebih berfikir rasional dan bijak untuk menentukan suatu pilihan, sehingga akan bisa mengambil pilihan yang terbaik (Julian & Marlina, 2019).

3) Keadaan Ekonomi

Menurut Nugroho J. Setiadi (2003), keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan uang lawan dari menabung.

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Sebelum membeli suatu barang, seseorang akan mempertimbangkan dan menyesuaikan antara barang yang mereka beli dengan kondisi ekonominya. Indikator yang digunakan untuk mengukur pengaruh keadaan ekonomi terhadap keputusan mengambil nasabah, yaitu keseuaian kemampuan seseorang membayar dengan tingkat bunga (Wiryaningtyas, 2019).

3. Faktor Psikologis

a. Pengertian Faktor Psikologis

Faktor psikologis yaitu dorongan dalam diri dan motivasi seseorang yang mendorong untuk memenuhi kebutuhannya. Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran, serta pendapat dalam mengambil tindakan (Handito & Indrianty, 2019).

b. Indikator Faktor Psikologis

Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa pilihan atau keputusan dalam perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yakni: motivasi, persepsi, keyakinan atau sikap, dan pembelajaran (Kotler, 2001). Pada penelitian ini peneliti mengambil indikator-indikator faktor psikologis, yaitu:

1) Motivasi

Motivasi menurut Hawkins dkk. yang dikutip dari Frederica & Chairy (2010) adalah kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas atau kegiatan yang mengarah pada perilaku yang diinginkan oleh seseorang tersebut. Konsep motivasi bisa dipakai untuk menjelaskan perbedaan-perbedaan dalam intensitas perilaku, dimana perilaku dengan intensitas yang lebih besar dianggap sebagai level motivasi yang lebih tinggi. Motivasi ini diwujudkan dengan tindakan untuk mendapatkan kepuasan terhadap kebutuhan-kebutuhan.

2) Persepsi

Persepsi merupakan motivasi individu dalam bertindak yang dipengaruhi oleh pandangannya. Persepsi juga merupakan proses memilih, mengorganisir, dan menafsirkan informasi dan pengalaman yang pernah dirasakan oleh konsumen (Kotler & Armstrong, 2004).

3) Keyakinan

Keyakinan adalah pikiran yang dimiliki oleh setiap individu tentang sesuatu. Setiap orang pasti memiliki keyakinan dan sikap yang bisa mempengaruhi keputusan dalam perilaku ekonominya seperti contohnya keyakinan akan citra, merk suatu produk, maupun keyakinan terhadap perusahaannya (Kotler & Armstrong, 2004).

4. Kepatuhan Syariah

a. Pengertian Kepatuhan Syariah

Kepatuhan syariah (*Sharia Compliance*) adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Makna Kepatuhan Syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip aturan syariah yang harus ditaati (Sari, 2021). Adapun Ansori juga mengemukakan bahwa *Sharia Compliance* adalah manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di Bank Syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan Bank Syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia (Ansori, 2019).

Iwan Triyuwono (2001) menyebutkan bahwa *Sharia Enterprise Theory* merupakan salah satu pendukung teori utama dalam *sharia compliance* dan *Islamic corporate governance*. *Sharia Enterprise Theory* adalah teori perusahaan yang sudah disesuaikan dengan nilai ketuhanan serta dibangun berdasarkan metafora amanah yang memiliki kandungan kepedulian terhadap sesama. Dalam *Sharia Enterprise Theory*, Allah SWT sebagai sumber amanah utama. Secara umum bentuk pertanggung jawaban *Sharia Enterprise Theory* dibagi menjadi dua, yaitu tanggung jawab entitas secara vertical kepada Allah SWT, serta tanggung jawab secara horizontal kepada masyarakat dan alam.

Dalam mendukung pernyataan tersebut ada beberapa indikator yang digunakan sebagai patokan untuk menilai prinsip *sharia enterprise theory* dalam mencapai kesehatan keuangan bank syariah secara konsisten (Hasanah et al., 2022), yaitu:

- 1) Adanya DPS (Dewan Pengawas Syariah) yang berperan untuk mengawasi atas jalannya seluruh kegiatan usaha Bank Syariah.
 - 2) Akad atau kontrak yang digunakan dalam menghimpun dan menyalurkan dana harus sesuai dengan kaidah prinsip syariah.
 - 3) Dana zakat dihitung, dibayarkan serta diatur menurut aturan prinsip syariah.
 - 4) Semua transaksi serta kegiatan ekonomi harus dilaporkan dengan wajar sesuai peraturan standar akuntansi syariah yang berlaku.
 - 5) Lingkungan kerja serta budaya perusahaan berdasarkan prinsip syariah.
 - 6) Bisnis usaha yang didanai tidak terdapat unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip syariah.
 - 7) Sumber dana diperoleh melalui sumber yang sah serta halal menurut syariah.
- b. Indikator *Sharia Compliance*

Dengan menyesuaikan pada penelitian ini, terutama tempat penelitian yang merupakan lembaga konvensional, maka peneliti memutuskan untuk menggunakan indikator-indikator *sharia compliance*, yaitu

- 1) Badan pengawas
Adanya badan pengawas dari Pegadaian UPC Pasar Sampang yang dapat mengawasi kepatuhan syariah (*sharia compliance*) pada KUR Syariah.
- 2) Akad
Akad atau kontrak yang digunakan dalam menghimpun dan menyalurkan dana KUR Syariah harus sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Laporan keuangan
Semua transaksi dan kegiatan KUR Syariah harus dilaporkan sesuai standar akuntansi syariah yang berlaku.

4) Bisnis usaha

KUR Syariah hanya membiayai bisnis usaha yang halal.

5) Sumber dana

Sumber dana KUR Syariah berasal dari sumber yang halal.

5. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Menurut Philip Kotler, Preferensi adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang lebih suka suatu jenis produk dari jenis produk yang lainnya. Preferensi mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah preferensi untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama dengan minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih barang atau jasa yang dianggap khusus (Kotler, 1999).

Howard dan Sheth mengemukakan preferensi adalah dalam suatu gambaran sebuah proses pengambilan keputusan membeli serta menggunakan suatu produk atau jasa yang secara langsung mereka mengetahui dengan mempertimbangkan kegunaan dari produk atau jasa yang bisa didapati dari penjual (Howard & Sheth, 1969).

Menurut Setiadi yang dikutip dari Dewi Anggriani (2018) preferensi pelanggan adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.

b. Indikator Preferensi

Dengan merujuk pada teori-teori perilaku konsumen, penulis menggunakan indikator-indikator preferensi, yaitu:

1) Tujuan Memilih Produk

Menurut An-Nabhani, pengambilan keputusan merupakan bagian dari perbuatan manusia. Sedangkan setiap

dilakukannya suatu perbuatan, maka sudah barang tentu setiap orang memiliki tujuan atas perbuatan yang dilakukannya. Tujuan inilah yang biasa disebut *qimatul ‘amal* (nilai perbuatan). Karena itu, suatu hal yang pasti bahwa setiap perbuatan memiliki nilai tertentu yang ingin dicapai oleh seseorang tatkala ia melakukannya. Kalau tidak, tentulah perbuatan itu akan sia-sia (An-Nabhani et al., 2001).

2) Manfaat yang Diperoleh

Adapun nilai tujuan suatu perbuatan tersebut menurut An-Nabhani diantaranya nilai suatu perbuatan yang bisa berupa nilai materi, seperti aktivitas-aktivitas di bidang perdagangan, pertanian, industri dan sejenisnya. Maka, maksud dilakukannya perbuatan itu adalah untuk mendapatkan hasil berupa materi, yaitu memperoleh keuntungan. Nilai ini memiliki peranan tersendiri dalam kehidupan (An-Nabhani et al., 2001).

3) Perilaku Pasca Penggunaan

Dengan digunakannya jasa tertentu, nasabah akan melakukan evaluasi pasca penggunaan jasa. Proses evaluasi menentukan apakah nasabah merasa puas atau tidak atas penggunaannya. Jika merasa puas, ada kemungkinan untuk menggunakannya kembali di masa yang akan datang, sementara jika tidak merasa puas atas keputusan menggunakan jasanya, maka akan mencari kembali berbagai informasi jasa (Kotler & Keller, 2007).

6. Gadai dan Pegadaian

a. Pengertian Gadai

Secara etimologi dalam bahasa Arab, gadai diistilahkan dengan kata *ar-rahn* yang berarti “tetap” dan “lestari”. Kata *ar-rahn* juga dinamai *al-hasbu* artinya penahanan, seperti dikatakan *ni’matun rahinah*, artinya “karunia yang tetap dan lestari” (Djamil, 2013). Sedangkan menurut terminologi syariat, *rahn* berarti

penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut. Gadai adalah suatu barang yang dijadikan peneguhan atau penguat kepercayaan dalam utang piutang (Suhendi, 2010).

Menurut ulama Hanabilah dalam buku Rahmat Syafei bahwa Gadai (rahn) merupakan harta yang dijadikan jaminan utang sebagai pembayar harga (nilai) utang ketika yang berutang berhalangan tak mampu membayar utangnya kepada pemberi pinjaman (Syafe'i, 1998:160).

b. Pengertian Pegadaian

Menurut Subagyo (1999:88) menyatakan bahwa pegadaian adalah suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan kredit kepada masyarakat dengan corak khusus yaitu secara hukum gadai. Sigit Triandaru dkk. (2000) menyatakan bahwa pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembayaran dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai.

7. Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

a. Pengertian Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah merupakan bentuk pembiayaan modal kerja atau investasi yang ditujukan kepada debitur individu, terutama bagi masyarakat ekonomi menengah ke bawah, serta kelompok usaha yang memiliki tingkat produktivitas yang memadai namun belum memiliki agunan tambahan atau jika agunan tambahannya masih tidak mencukupi dan dengan berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam, dan memiliki potensi untuk memberikan solusi finansial bagi pelaku usaha super mikro dan UMKM (Mongkito et al., 2021).

b. Tujuan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Program KUR Mikro Syariah diluncurkan sebagai upaya untuk mengembangkan sektor keuangan syariah di Indonesia dan memberikan pilihan alternatif pembiayaan bagi usaha super mikro yang ingin mengambil pendekatan bisnis berdasarkan prinsip syariah. Tujuan dari KUR Syariah adalah untuk memperluas akses pembiayaan ke sektor produktif, meningkatkan daya saing usaha super mikro, usaha mikro, kecil, dan menengah, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Mongkito et al., 2021).

c. Keunggulan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Keunggulan KUR syariah diantaranya proses pengajuan pinjaman mudah dan cepat, nasabah tidak akan dikenakan biaya provisi dan administrasi, sesuai dengan prinsip syariah sehingga nasabah terhindar dari riba, angsuran ringan, dan tersedia berbagai skema pinjaman sesuai dengan kebutuhan produktif nasabah. Berbeda dengan KUR dari bank konvensional, pinjaman KUR syariah tidak dikenakan bunga. Sebab pinjaman ini menggunakan prinsip syariah dengan skema murabahah, ijarah, dan MMQ. Nasabah bisa bebas memilih skema pinjaman yang diinginkan. Dengan adanya skema tersebut maka nasabah bisa terhindar dari riba (Makki, 2022).

d. Akad Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah Pegadaian

KUR Syariah Pegadaian menggunakan akad *mudharabah tasjily*. *Mudharabah tasjily* merupakan akad turunan dari *rahn tasjily*. Menurut Saeed dalam Sa'diyah & Arifin (2013) *mudharabah* adalah kontrak antara dua pihak dimana satu pihak disebut *rab al-mal* (investor) mempercayakan uang kepada pihak kedua, yang disebut *mudharib*, untuk tujuan menjalankan usaha dagang.

Rahn Tasjily sendiri didefinisikan sebagai pengalihan hak kepemilikan suatu benda atas dasar kepercayaan dengan ketentuan

bahwa benda yang hak kepemilikannya dialihkan tersebut tetap dalam penguasaan pemilik benda. Jika perbankan syariah menggunakan akad rahn yang ada, maka berarti yang melakukan penyimpanan jaminan adalah bank syariah, tetapi dengan *rahn tasjily* maka pihak yang menggadaikan dapat memanfaatkan barang yang dijamin serta menanggung biaya pemeliharaan (Nurhayati & Wasilah, 2013).

Agar sesuai dengan syariah, maka akad *rahn tasjily* harus memenuhi hal-hal yaitu biaya pemeliharaan harus ditanggung oleh pihak yang menggadaikan, pihak penerima gadai dapat menyimpan bukti kepemilikan sedangkan barang yang digadaikan dapat digunakan pihak yang menggadaikan, jika terjadi eksekusi jaminan, maka dapat dijual oleh pihak penerima gadai tetapi harus dengan izin dari pihak yang menggadaikan sebagai pemilik (Ramadhani, 2019).

Berdasarkan ketentuan tersebut maka yang membedakan *rahn tasjily* dengan *rahn* biasa hanya pada pemanfaatan dan pemeliharaan saja. Oleh karena itu, dasar hukum dan ketentuan syariah akan sama dengan akad *rahn*.

C. Landasan Teologis

1. Dasar Hukum Gadai (*Rahn*)

Dasar hukum *rahn* dalam Al-Qur'an adalah berdasarkan Surah Al-Baqarah ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ ۚ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ ۚ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۚ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ
وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ ۖ آثِمٌ قَلْبُهُ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang

berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Ayat ini menerangkan tentang muamalah (transaksi) yang tidak tunai, yang dilakukan dalam perjalanan dan tidak ada seorang juru tulis yang akan menuliskannya, maka hendaklah ada barang tanggungan (agunan/jaminan) yang diserahkan kepada pihak yang berpiutang. Kecuali jika masing-masing saling mempercayai dan menyerahkan diri kepada Allah, maka muamalah itu boleh dilakukan tanpa menyerahkan barang jaminan.

Ayat ini tidak menetapkan bahwa jaminan itu hanya boleh dilakukan dengan syarat dalam perjalanan, muamalah tidak dengan tunai, dan tidak ada juru tulis. Tetapi ayat ini hanya menyatakan bahwa dalam keadaan tersebut boleh dilakukan muamalah dengan memakai jaminan. Dalam situasi yang lain, boleh juga memakai jaminan sesuai dengan hadis yang diriwayatkan al-Bukhārī bahwa Nabi Muhammad saw pernah menggadaikan baju besinya kepada orang Yahudi di Madinah.

Pada ayat yang lalu Allah SWT memperingatkan bahwa manusia jangan enggan menjadi juru tulis atau memberikan persaksian bila diminta. Kemudian pada ayat ini Allah SWT menegaskan kembali agar jangan menyembunyikan kesaksian. Penegasan yang demikian mengisyaratkan bahwa penulisan dan kesaksian itu menolong manusia dalam menjaga hartanya, dan jangan lengah melakukan keduanya. Demikian pula pemilik harta tidak disusahkan karena meminjamkan hartanya, dan tidak dibayar pada waktunya.

Dengan keterangan di atas bukan berarti bahwa semua perjanjian muamalah wajib ditulis oleh juru tulis dan disaksikan oleh

saksi-saksi, tetapi maksudnya agar kaum Muslimin selalu memperhatikan dan meneliti muamalah yang akan dilakukannya. Bila muamalah itu muamalah yang biasa dilakukan setiap hari, seperti jual beli yang dilakukan di pasar dan tidak menimbulkan akibat yang tidak diinginkan di kemudian hari serta dilandasi rasa saling mempercayai, maka muamalah yang demikian tidak perlu ditulis dan disaksikan. Sebaliknya bila muamalah itu diduga akan menimbulkan hal-hal yang tidak diinginkan di kemudian hari, maka muamalah itu wajib ditulis dan disaksikan oleh dua orang saksi (Qur'an Kemenag).

2. Dasar Hukum Kredit

Landasan syariat mengenai KUR Syariah dapat ditemukan pada hadits Rasulullah SAW:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبِرْكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ، وَالْمَقَارَضَةُ، وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya: “Bahwa Rasulullah SAW bersabda: “ada tiga perkara yang di dalamnya terdapat keberkahan ; jual beli yang pembayarannya tidak secara tunai, muqharadah/mudharabah (memberi modal) dan mencampurkan gandum dengan tepung untuk keperluan keluarga bukan untuk diperjual belikan” (HR. Ibn Majah dari Shuhaib)”.

Hadis ini memberi informasi akan keberkahan juga dapat diperoleh dari tiga faktor yaitu; jual beli cicilan tanpa bunga, kemudahan dan pertolongan kepada orang lain dengan adanya pemberian tempo, sedangkan pada muqaradhah atau mudharabah didalamnya terdapat pemanfaatan manusia terhadap lainnya, dan mencampur gandum dengan tepung sebagai makanan pokok bukan untuk dijual, karena terkadang terdapat unsur penipuan dan kecurangan (Lutfiyah, 2022).

D. Hipotesis Penelitian dan Kerangka Pemikiran

1. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terkait rumusan masalah dalam penelitian yang dinyatakan dalam bentuk

kalimat pernyataan (Sugiyono, 2012). Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka peneliti menarik jawaban sementara atau hipotesis dari masing-masing variabel sebagai berikut :

a. Pengaruh faktor pribadi terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Banyak hal dari faktor pribadi yang mempunyai dampak yang besar terhadap preferensi, karena faktor pribadi merupakan faktor dasar yang selanjutnya akan memengaruhi pola pikir seseorang. Pada penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nurul Kholid (2022) menyatakan bahwa faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Sedangkan faktor budaya dan faktor sosial secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas, namun faktor pribadi dan psikologis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas. Maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H_0 : faktor pribadi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

H_1 : faktor pribadi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

b. Pengaruh faktor psikologis terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Faktor psikologis berkaitan erat dengan ekonomi perilaku (*Behavioral Economics*). Ekonomi perilaku menjelaskan motif pengambilan keputusan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan psikologi manusia. Pada penelitian yang dilakukan oleh Aeni Wahyuni (2020) mengungkapkan bahwa budaya, psikologis, dan pribadi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dari ketiga variabel tersebut, variabel

psikologis memiliki pengaruh sangat dominan terhadap keputusan nasabah. Maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Faktor psikologis secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

H₁ : Faktor psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

c. Pengaruh kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasir, Safaruddin, Nanang Prihatin, dan Rauzana mengungkapkan bahwa secara simultan variabel literasi keuangan syariah, tata kelola, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah. Selanjutnya secara parsial variabel literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah, sedangkan untuk variabel tata kelola dan variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk-produk di bank syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaku UMKM Kabupaten Bireuen tidak menjadikan variabel Kepatuhan Syariah sebagai pertimbangan utama dalam memilih produk bank syariah. Mereka beranggapan bahwa hal ini menjadi tanggung jawab pihak yang berwenang (Nasir et al., 2022).

Teori Mengenai kepatuhan syariah diperoleh melalui penelitian Masni yang menyebutkan bahwa kepatuhan syariah adalah suatu unsur pada penilaian terhadap kesehatan bank syariah. Menjaga kesehatan suatu bank berbanding lurus dengan menjaga keyakinan masyarakat. Oleh karena itu, jika suatu bank ceroboh terhadap kesehatannya sebab tidak menerapkan prinsip Syariah, maka keyakinan masyarakat pada bank akan hilang (Masni, 2019). Umumnya, fungsi dasar *sharia compliance* yaitu untuk meyakinkan

bahwa operasional kegiatan lembaga keuangan syariah sudah mematuhi hukum syariah. *Sharia compliance* adalah upaya preventif guna menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada lembaga keuangan syariah (Maslihatin & Riduwan, 2020).

Dari teori-teori tersebut mengindikasikan bahwa *sharia compliance* atau kepatuhan syariah pada suatu produk syariah akan memengaruhi ataupun tidak memengaruhi preferensi nasabah tergantung pada persepsi nasabah itu sendiri. Maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₀ : Kepatuhan syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

H₃ : Kepatuhan syariah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

- d. Pengaruh faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah

Pengaruh secara bersama-sama yang signifikan mengindikasikan bahwa minimal ada satu variabel bebas dalam penelitian ini yang berpengaruh signifikan (Nasir et al., 2022). Dari hipotesis satu, dua, dan tiga yang telah diuraikan diatas, peneliti mengambil ketiga hipotesis tersebut dengan keempat variabelnya yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah serta preferensi nasabah pada KUR Syariah secara bersama-sama (simultan) yaitu:

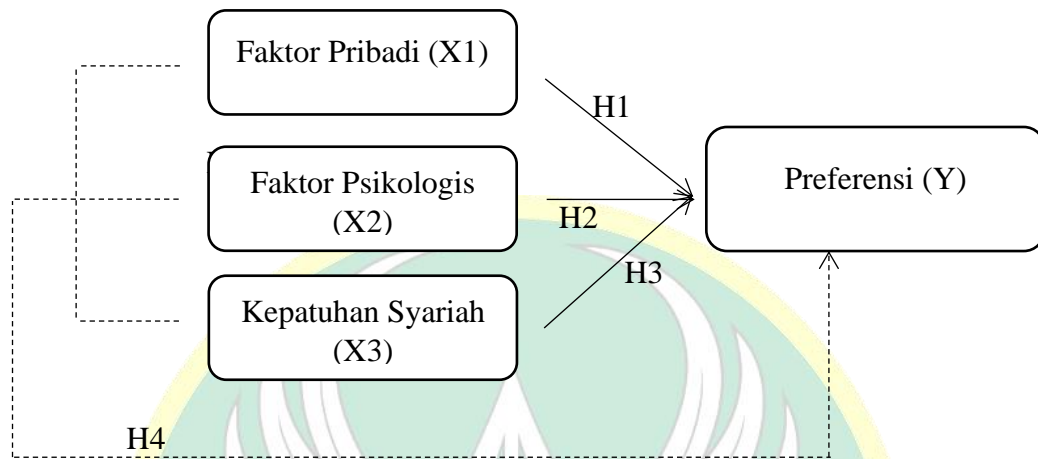
H₀ : Faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

H₄ : Faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah.

2. Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah memahami penelitian, penulis menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan:

— = Menunjukkan pengaruh secara parsial antara faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah.

- - - = Menunjukkan pengaruh secara simultan antara faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah.

X1 = Variabel bebas (*independent*) yaitu faktor pribadi

X2 = Variabel bebas (*independent*) yaitu faktor psikologis

X3 = Variabel bebas (*independent*) yaitu kepatuhan syariah

Y = Variabel terikat (*dependent*) yaitu preferensi nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di lembaga terkait yaitu PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang yang berlokasi di Jl. Tugu Barat No. 31, RT 06/01, Sampang, Sampang, Tinggar Jambu, Sampang, Kec. Sampang, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53273. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2023 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2017) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek-objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan

sample yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2017).

Dari jumlah nasabah KUR syariah pada PT Pegadaian UPC Pasar Sampang diperoleh populasi sebanyak 100 nasabah. Menurut Suharsimi Arikunto bahwa apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitian merupakan penelitian populasi, jika populasi dalam bentuk besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasi yang ada (Arikunto, 2002). Teknik pengambilan sampel dengan mengambil semua jumlah populasi disebut *total sampling* atau *sampling jenuh*. Teknik ini termasuk dalam teknik pengambilan sampel probabilitas, karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono (2016a) mendefinisikan *total sampling* sebagai teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Maka jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah seluruh jumlah populasi yaitu sebanyak 100 nasabah.

3. Teknik Pengumpulan Sampel

Penelitian ini menggunakan survei untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan kuesioner terkait dua variabel penelitian yang ingin diukur sebagai teknik pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa dengan menggunakan teknik survei, responden akan diberikan pertanyaan dan mereka menjawab berdasarkan dari keyakinan atau kepercayaan mereka, pendapat, karakteristik, serta perilaku dimasa lalu dan pada saat ini. Survei tepat untuk digunakan sebagai pertanyaan penelitian yang menyangkut tentang *self-report* atau keyakinan dan perilaku individu.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Penelitian merupakan konsep yang beragam atau bervariasi. Sugiyono (2014) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menjadi penyebab timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah faktor pribadi (X_1), faktor psikologis (X_2), dan kepatuhan syariah (X_3).

2. Variabel Terikat (*dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat perubahan yang ditimbulkan oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah (Y).

Untuk mengetahui hubungan antar variabel maka perlu adanya indikator yang dapat mengukur masing-masing variabel. Adapun indikator-indikator dari variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Variabel	Indikator
1.	Faktor pribadi	- Religiusitas (Dewi, 2019) - Riwayat pendidikan (Julian & Marlina, 2019) - Kondisi ekonomi (Kotler & Keller, 2007)
2.	Faktor psikologis	- Motivasi - Persepsi - Keyakinan (Kotler, 1999)
3.	Kepatuhan Syariah	- Badan Pengawas - Akad - Laporan keuangan - Bisnis usaha - Sumber dana (Hasanah et al., 2022)
4.	Preferensi nasabah	- Tujuan memilih produk (An-Nabhani et al., 2001) - Manfaat yang diperoleh (An-Nabhani et al., 2001) - Perilaku pasca penggunaan jasa (Kotler & Keller, 2007)

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung dari nasabah PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari bahan kepustakaan seperti referensi jurnal, buku-buku, arsip, serta dari tempat penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan sesuatu kesimpulan. Menurut Sutrisno Hadi 1986 dalam Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusum dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

b. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017). Cara ini dapat dikumpulkan informasi yang lebih banyak dalam waktu yang relatif lebih pendek, dengan biaya yang lebih rendah. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert, karena skala ini memberi peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan terhadap suatu pernyataan.

Angket dalam penelitian ini akan diberikan melalui media online yaitu dengan google form. Angket ini berupa pernyataan yang memiliki alternative jawaban yang harus dipilih oleh responden. Responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan realitas yang dialaminya menggunakan tanda *checklist*. Jawaban dari setiap pernyataan tersebut diberi skor atau nilai sebagai berikut :

Skala 1 : Diartikan sebagai “Sangat Tidak Setuju ” (STS)

Skala 2 : Diartikan sebagai “Tidak Setuju ” (TS)

Skala 3 : Diartikan sebagai “Kurang Setuju” (KS)

Skala 4 : Diartikan sebagai “Setuju ” (S)

Skala 5 : Diartikan sebagai “Sangat Setuju ” (SS)

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan segala aktivitas yang berkaitan dengan pengolahan, pengumpulan, penyimpanan, dan perluasan informasi (Setyaningrum & Saptutyningasih, 2019). Dokumentasi merupakan suatu strategi pengumpulan informasi yang dilakukan dengan mengurutkan dan mengelompokkan bahan-bahan yang disusun berkaitan dengan permasalahan penelitian, baik dari sumber laporan maupun buku, makalah, majalah dan lain-lain (Luthfiyah, 2020). Macam-macam dokumen yaitu:

1) Dokumen pribadi

Bukti catatan atau karangan peneliti secara tertulis mengenai tindakan, pengalaman, dan kepercayaan yaitu surat pribadi dan otobiografi.

2) Dokumen internal

Dokumen internal meliputi memo, instruksi, aturan, rekaman hasil observasi, dan keputusan pimpinan yang digunakan kalangan sendiri.

3) Dokumen eksternal

Dokumen eksternal meliputi berita informasi mengenai masalah peneliti yang didapatkan dari tempat penelitian, majalah, dan pernyataan berita yang didapatkan dari media sosial.

d. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2017).

Wawancara ini dapat dilakukan secara langsung yaitu melalui tatap muka.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Rumbiyati sebagai pengelola kantor Pegadaian UPC Pasar Sampang dan Bapak Gilang sebagai marketer KUR Syariah Pegadaian.

1) Wawancara dengan pengelola kantor Pegadaian UPC Pasar Sampang

Peneliti	“Apakah KUR Syariah merupakan produk asli dari Pegadaian Pasar Sampang?”
Ibu Rum	“KUR Syariah itu produk <i>channeling</i> dari Pegadaian Syariah”
Peneliti	“Apa maksud dari produk <i>channeling</i> ?”
Ibu Rum	“Produk <i>channeling</i> ini maksudnya produk syariah yang dipasarkan oleh pegadaian konvensional”
Peneliti	“Apakah nasabah non-Islam boleh mengajukan KUR Syariah?”
Ibu Rum	“Boleh, semua boleh mengajukan. Tapi sampai saat ini nasabah KUR Syariah Pegadaian Sampang semuanya Islam”
Peneliti	“Kapan KUR Syariah mulai dipasarkan di pegadaian konvensional?”
Ibu Rum	“Belum lama, mulai September 2022”

2) Wawancara dengan marketer KUR Syariah Pegadaian

Penulis	“Akad apa yang digunakan pada KUR Syariah Pegadaian?”
Pak Gilang	“Kalo di sini istilahnya akad <i>mudharabah tasjily</i> , itu hukum turunan dari <i>rahn tasjily</i> ”
Peneliti	“Berapa nominal pinjaman yang disalurkan dari KUR Syariah Pegadaian?”
Pak Gilang	“Pinjaman KUR Syariah Pegadaian mulai dari 1 juta sampai 10 juta dengan margin 0,14% perbulan”
Peneliti	“Berapa jangka waktu pembiayaan KUR Syariah Pegadaian?”
Pak Gilang	“Nasabah bisa memilih jangka waktu pembiayaan mulai 12, 18, 24, atau 36 bulan dengan minimal usaha yang berjalan selama 6 bulan”
Peneliti	“Apakah di Pegadaian Pasar Sampang ada DPS (Dewan Pengawas Syariah)?”
Pak Gilang	“Kalau DPS tidak ada, adanya BPO (Business Proses Outsourcing) KUR Syariah, salah satu tugasnya juga mengawasi aturan syariah. Ada juga SPI (Satuan Pengawasan Intern) itu mengawasi semua produk”
Peneliti	“Apakah nasabah KUR Syariah Pegadaian wajib menyerahkan jaminan?”
Pak Gilang	“Aturannya tidak wajib, jaminannya aset usahanya. Tapi di sini tetap dimintai jaminan”
Peneliti	“Apa alasan tetap dimintai jaminan?”

Pak Gilang	“Agar nasabah ada i'tikad untuk membayar angsuran sampai lunas karena ada jaminan yang diagunkan”
Peneliti	“Untuk barang jaminan dalam bentuk apa saja?”
Pak Gilang	“Bisa pakai emas, atau surat-surat kepemilikan saja seperti BPKB, sertifikat, kalau barangnya tetap bisa dipakai nasabah”

F. Analisis Data Penelitian

Untuk mengolah data primer yang telah dikumpulkan melalui kuisioner/angket, penulis menggunakan teknik analisis data melalui uji statistik. Adapun uji statistik tersebut yaitu :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sebuah instrumen penelitian apakah valid atau tidak. Suatu kuesioner (instrumen penelitian) dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut (Ghozali, 2016). Hasil dari uji validitas diperoleh apakah suatu instrumen data valid atau tidak valid yaitu dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Kriterianya apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid dan sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisioner, maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali (Purnomo, 2016). Apabila setelah dilakukan pengujian berkali-kali dan jawaban stabil maka dapat dikatakan alat ukur atau instrumen yang digunakan bersifat *reliable* atau dapat dipercaya SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 26.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah pengujian untuk mengetahui kenormalan distribusi data, dimana data akan memusat pada nilai

median atau rata-rata. Dalam penelitian ini untuk melihat apakah residual data berdistribusi dengan normal atau tidak yaitu dapat menggunakan analisis uji *Kolmogorov Smirnov Test* yaitu jika nilai probabilitas (Asymp. Sig) $< 0,05$ maka persebarannya dianggap tidak normal, sebaliknya jika nilai probabilitas (Asymp. Sig) $> 0,05$ maka dapat dinyatakan persebaran atau data terdistribusi dengan normal (Sugiyono, 2016a).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas adalah bagian dari uji asumsi klasik yang memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi dijumpai adanya kolerasi antar variabel independent. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Begitu sebaliknya jika variabel indepeden saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini dapat dikatakan tidak ortogonal. Variabel ortogonol yang dimaksudkan adalah jika variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2016).

Untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Dengan dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terdapat gejala multikolinieritas.
- Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan metode uji *spearman's rho*. Adapun kaidah atau yang menjadi acuan dalam uji heteroskedastisitas dengan uji rank spearman yakni dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed). Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan apabila nilai signifikansi (2-tailed) $< 0,05$, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, koefisien determinasi menunjukkan tingkat hubungan antara variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah dengan variabel preferensi nasabah pada produk Kredit Usaha Rakyat Syariah. Uji koefisien determinasi dilakukan dengan melihat R^2 pada tabel *Model Summary* dari hasil analisis regresi. Apabila nilai R semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel *independent* semakin kuat mempengaruhi variabel *dependent*. Nilai yang digunakan yaitu koefisien determinasi *adjusted*.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Siregar (2015:301) regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di mana yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*Independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*Dependent*).

Rumus Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel terikat

X1 = Variabel bebas pertama

X2 = Variabel bebas kedua

X3 = Variabel bebas ketiga

a dan b1 serta b2 = Konstanta

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dapat mengetahui secara bersamaan maupun secara masing – masing pengaruh variabel independen yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial (per variabel) terhadap variabel *dependent*. Suatu variabel *independent* dikatakan signifikan secara individu mempengaruhi variabel *dependent* apabila Sig. Lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, uji t dilakukan untuk melihat tingkat signifikan variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah dengan variabel preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel *independent* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel *dependent*. Variabel *independent* dikatakan signifikan mempengaruhi variabel *dependent* secara bersama-sama apabila Sig. lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah dengan variabel preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Pada awalnya Lembaga Pegadaian muncul di Italia kemudian berkembang di negara-negara Eropa seperti Inggris, Prancis dan Belanda. Oleh karena itu, munculnya Lembaga Pegadaian di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari eksistensi Belanda yang menjajah Indonesia. Pada akhir abad 19, aktivitas pegadaian ini pada mulanya dilaksanakan oleh pihak swasta. Ketika itu Bank van Lenin telah memberikan jasa pinjaman dana dengan syarat nasabah peminjam menyerahkan barang bergerak sebagai jaminan. Tindakan bank ini dinilai sebagai awal atau sejarah permulaan kegiatan pegadaian di Indonesia.

Pada awal abad 20, aktivitas pegadaian di Indonesia hanya dijalankan oleh Pemerintah Belanda secara monopoli. Pemerintah Belanda telah mengeluarkan satu aturan melalui “Staatsblad No 131 Tahun 1901” yang mengambil alih pelaksanaan usaha gadai di seluruh Indonesia. Peraturan ini dikeluarkan bersamaan dengan pendirian rumah gadai milik Pemerintah Belanda sehingga pihak lain tidak dapat lagi menjalankan usaha pegadaian. Pemerintah Belanda kemudian mengubah status rumah gadai tersebut menjadi Dinas Pegadaian dengan berlakunya Staatsblad No. 266 tahun 1906.

Pada masa kemerdekaan, berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 Prp 1960, Pemerintah Indonesia mengambil alih usaha Dinas Pegadaian dan merubah statusnya menjadi Perusahaan Negara (PN) Pegadaian. Sembilan tahun kemudian PN pegadaian diubah menjadi Perusahaan Jawatan Pegadaian dengan terbitnya Peraturan Pemerintah RI Nomor 7 tahun 1969. Pada saat berstatus Perusahaan Jawatan, perusahaan ini mengemban misi sosial sehingga ia tetap beroperasi walaupun mengalami kerugian. Akan tetapi kondisi demikian tidak

mungkin dibiarkan terus terjadi karena perkembangan zaman yang terus berubah dinamik. Status Pegadaian ini kemudian berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (Perum) berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 10 tahun 1990. Perubahan ini terjadi pada tanggal 10 April 1990 dan sampai sekarang terakhir diperbarui tahun 2022. Perum ini mempunyai 1 kantor pusat, 12 kantor wilayah, 61 kantor area, 4.086 *outlet*, 628 *co-location* senyum, 642 kantor cabang, 3.444 kantor unit pelayanan cabang dan 43.609 agen aktif. Pegadaian ini memberi pelayanan kepada masyarakat diseluruh Indonesia khususnya masyarakat kelas menengah ke bawah.

2. Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

b. Misi

- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh *stakeholder* dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan *stakeholder*.
- 3) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
 - Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
 - Praktek manajemen risiko yang kokoh.
 - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik.

3. Budaya Organisasi Perusahaan

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu

AKHLAK yang terdiri dari: Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.

4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

- a. Pimpinan Cabang : Eny Kuntari, S.E.
- b. Pengelola & Penaksir : Rumbiyati
- c. Kasir : Nanda Novia Priskasari
- d. BPO KUR Syariah : Yanuar Galih Nur Hidayat
- e. Keamanan : Ajis Saputra

5. Fungsi dan Tugas Bagian PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

- a. Pimpinan Cabang
 - 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran Kantor UPC berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
 - 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha gadai.
 - 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha lain.
 - 4) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan penatausahaan barang jaminan bermasalah taksiran tinggi, rusak dan palsu di UPC.
- b. Penaksir
 - 1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang jaminan.
 - 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang, untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan daa barang yang akan dilelang.
 - 3) Menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

c. Kasir

- 1) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 2) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 3) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

d. BPO KUR Syariah

- 1) Mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan dari calon nasabah lalu memverifikasi data calon nasabah untuk memastikan keakuratan dan keabsahan informasi tersebut.
- 2) Menyusun laporan berkala terkait dengan perkembangan program KUR Syariah agar sesuai dengan ketentuan syariah.
- 3) Memberikan layanan informasi dan bantuan kepada nasabah atau calon nasabah terkait dengan program KUR Syariah.

e. Keamanan

- 1) Menjaga keamanan dan lingkungan kantor.
- 2) Membuka pintu, menyambut dan memberi nomor antrian kepada nasabah yang akan masuk ke pegadaian.
- 3) Menanyakan keperluan nasabah.
- 4) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan pertanyaan dan informasi.

6. Produk-produk PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang memiliki beberapa produk diantaranya yaitu:

a. Gadai KCA (Kredit Cepat Aman)

Gadai KCA adalah kredit dengan sistem gadai yang diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun kebutuhan produktif. KCA merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan pinjaman secara mudah, cepat dan aman. Untuk mendapatkan kredit nasabah hanya perlu membawa

agunan berupa perhiasan emas, emas batangan, mobil, sepeda motor, dan lainnya.

Keunggulan:

- 1) Layanan KCA tersedia lebih dari 4.400 outlet Pegadaian di seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuannya sangat mudah. Calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa perhiasan emas dan barang berharga lainnya ke outlet Pegadaian.
- 3) Proses pinjaman sangat cepat, hanya butuh 15 menit.
- 4) Pinjaman mulai dari Rp. 50.000 s.d. Rp. 500.000.000 atau lebih.
- 5) Jangka waktu pinjaman maksimal 4 bulan atau 120 hari dan dapat diperpanjang dengan cara membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman.
- 6) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.
- 7) Tanpa perlu buka rekening. dengan perhitungan sewa modal selama masa pinjaman.
- 8) Nasabah menerima pinjaman dalam bentuk tunai.

Persyaratan:

- 1) Fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya.
- 2) Menyerahkan barang jaminan.
- 3) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK Asli.
- 4) Nasabah menandatangani Surat Bukti Kredit (SBK).

b. Gadai Fleksi

Gadai Fleksi adalah fitur layanan kredit cepat dan aman sebagai solusi pendanaan yang fleksibel untuk membuat hidup anda lebih mudah.

Keunggulan:

- 1) Jangka waktu pinjaman mulai dari 15, 30 dan 60 hari.
- 2) Barang jaminan berupa barang elektronik seperti Handphone, Smartphone dan Laptop.

- 3) Biaya administrasi 1% dari uang pinjaman dan dipungut pada saat pelunasan.
- 4) Tarif sewa modal (bunga) dihitung harian (tarif tetap 0,5%) untuk 5 hari pertama dan selanjutnya tarif harian 0,1% per hari.

Persyaratan:

- 1) Menyerahkan KTP / Identitas diri lainnya yang masih berlaku.
- 2) Menyerahkan barang jaminan.
- 3) Nasabah menandatangani Surat Bukti Kredit (SBK).

c. KREASI (Kredit Angsuran Sistem Fidusia)

Kreasi adalah kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem Fidusia. Sistem Fidusia berarti agunan untuk pinjaman cukup dengan BPKB sehingga kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha. Kreasi merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah.

Keunggulan:

- 1) Prosedur pengajuan kredit sangat cepat dan mudah. Agunan cukup BPKB kendaraan.
- 2) Pinjaman mulai dari Rp.1,000,000 hingga Rp.200,000,000.
- 3) Sewa Modal (bunga pinjaman) relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.
- 4) Jangka waktu pinjaman fleksibel. Dengan pilihan jangka waktu 12, 18, 24, 36 bulan.
- 5) Kendaraan tetap dapat digunakan.

Persyaratan:

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 tahun.
- 2) Surat Keterangan Usaha (SKU).
- 3) Fotocopy KTP nasabah dan pasangan.
- 4) Fotocopy Kartu Keluarga.

- 5) Surat keterangan domisili (jika ada).
 - 6) Fotocopy BPKB.
 - 7) Fotocopy STNK.
 - 8) Fotocopy Surat Hak Pemakaian Tempat Usaha (untuk jaminan SHPTU).
 - 9) Fotocopy Surat Nikah (jika sudah menikah).
 - 10) Fotocopy PBB (Pajak Bumi dan Bangunan).
 - 11) Fotocopy rekening listrik.
 - 12) Bukti cek fisik kendaraan.
- d. KRASIDA (Kredit Angsuran Sistem Gadai)

Krasida adalah kredit (pinjaman) angsuran bulanan yang diberikan kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem gadai. Krasida merupakan solusi terpercaya untuk mendapatkan fasilitas kredit yang cepat, mudah dan murah. Agunan berupa emas perhiasan atau emas batangan.

Keunggulan:

- 1) Prosedur pengajuan sangat mudah, calon nasabah atau debitur hanya perlu membawa agunan berupa emas.
- 2) Pinjaman mulai dari Rp.1,000,000 hingga Rp.250,000,000.
- 3) Sistem angsuran bulanan dengan bunga 1,25% per bulan.
- 4) Sewa Modal relatif murah dengan angsuran tetap per bulan.
- 5) Jangka waktu pinjaman 6, 8 dan 12 bulan.
- 6) Denda telat mengangsur 2% dari pinjaman dihitung per hari.
- 7) Ketika mengangsur termasuk mengurangi bunga dan pokok pinjaman.
- 8) Uang pinjaman dapat diterima secara tunai maupun transfer.

Persyaratan:

- 1) Fotocopy KTP/SIM dan Kartu Keluarga.
- 2) Menyerahkan barang jaminan berupa emas.
- 3) Menandatangani Surat Bukti Kredit (SBK).

e. Arrum

Di Pegadaian UPC Pasar Sampang juga melayani pembiayaan non-gadai untuk memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya, sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.

Keunggulan:

- 1) Pengajuan pinjaman sangat cepat dan mudah.
- 2) Prosedur agunan cukup BPKB kendaraan bermotor.
- 3) Angsuran tetap per bulan.
- 4) Proses pengajuan pinjaman hanya 3 hari dan dana dapat segera cair.
- 5) Pelunasan dapat dilakukan sewaktu-waktu.

Persyaratan:

- 1) Memiliki usaha yang memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 tahun.
- 2) Fotocopy KTP dan KK.
- 3) Menyerahkan dokumen yang sah.
- 4) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB asli, fotocopy STNK, dan faktur pembelian).

f. Amanah

Pembiayaan amanah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

Keunggulan:

- 1) Layanan amanah tersedia di outlet Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia.
- 2) Prosedur pengajuan cepat dan mudah.
- 3) Uang muka terjangkau mulai dari 10%.
- 4) Biaya administrasi murah dan angsuran tetap.

- 5) Jangka waktu pembiayaan mulai dari 12 bulan sampai dengan 60 bulan.
- 6) Transaksi sesuai prinsip syariah yang adil dan menenteramkan.

Persyaratan:

- 1) Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun.
 - 2) Melampirkan kelengkapan: fotocopy KTP (suami/istri), fotocopy Kartu Keluarga, fotocopy SK pengangkatan sebagai pegawai/karyawan tetap, rekomendasi atasan langsung, dan slip gaji 2 bulan terakhir.
 - 3) Mengisi dan menandatangani form aplikasi Amanah.
 - 4) Menandatangani akad Amanah.
- g. Jasa

Pegadaian UPC Pasar Sampang juga mempunyai produk jasa yaitu:

- 1) Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank

- 2) *Remittance*

Pegadaian *Remittance* adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerjasama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti Western Union, Telkom Delima, BNI *Smart Remittance*, dan Mandiri *Remittance*. Pegadaian *Remittance* merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapanpun dan dimanapun secara instan, cepat, dan aman.

h. KUR (Kredit Usaha Rakyat) Syariah

KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang merupakan produk *channeling* dari Pegadaian Syariah. KUR Syariah Pegadaian termasuk ke dalam jenis KUR Super Mikro, yaitu jenis KUR yang memberi pinjaman dengan nominal mulai dari 1.000.000 – 10.000.000 rupiah dengan margin sebesar 0,14% perbulan. Nasabah KUR Syariah dapat memilih jangka waktu pembiayaan mulai 12, 18, 24, atau 36 bulan dengan minimal usaha yang berjalan selama 6 bulan. Di bawah ini adalah simulasi angsuran KUR Syariah:

Tabel 4. 1 Simulasi Angsuran Produk KUR Syariah Pegadaian

Pinjaman	12 bulan	18 bulan	24 bulan	36 bulan
1.000.000	84.800	57.500	43.100	29.200
2.000.000	169.500	114.000	86.200	58.400
3.000.000	254.200	170.900	129.200	87.600
4.000.000	339.000	227.900	172.300	116.800
5.000.000	423.700	284.800	215.400	145.900
6.000.000	508.400	341.800	258.400	175.100
7.000.000	593.200	398.700	301.500	204.300
8.000.000	677.900	455.700	344.600	233.500
9.000.000	762.600	512.600	387.600	262.600
10.000.000	847.400	569.600	430.700	291.800

Sumber data: Brosur KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang

Lalu untuk proses pengajuan KUR Syariah terdapat syarat-syarat seperti syarat umum dan syarat dokumen pengajuan. Adapun syarat-syarat umum, yaitu:

- 1) Memiliki usaha UMKM.
- 2) Memiliki KTP Elektronik.
- 3) Telah berusia minimal 17 tahun.
- 4) Usia maksimal 65 tahun pada saat jatuh tempo akad.
- 5) Memperoleh pendapatan rutin harian, mingguan, atau bulanan.
- 6) Memiliki rumah tinggal tetap.
- 7) Tidak sedang mendapatkan fasilitas pembiayaan Program Pemerintah dan/atau pembiayaan produktif dari lembaga lain.

Sedangkan syarat-syarat dokumen pengajuan, yaitu:

- 1) Fotocopy KTP Elektronik.
- 2) Fotocopy Kartu Keluarga.
- 3) Fotocopy Surat Nikah bagi calon nasabah yang sudah menikah.
- 4) Surat Keterangan Domisili jika alamat tinggal berbeda dengan KTP.
- 5) Fotocopy Nomor Induk Berusaha (NIB), Surat Keterangan Izin Usaha (IUMK), SIUP.
- 6) Fotocopy rekening listrik/air/telepon.
- 7) Dokumen lain jika diperlukan.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini dipaparkan mengenai temuan hasil penelitian yang secara khusus terkait dengan gambaran umum responden berdasarkan pada sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Karakteristik responden memiliki tujuan untuk mengetahui keragaman dan keadaan responden terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian ini. Responden tersebut merupakan perwakilan dari populasi pada penelitian ini yang berjumlah 100 responden. Adapun yang menjadi karakteristik dan identitas responden pada penelitian ini dapat dibedakan atas 6 (enam) bagian diantaranya adalah klasifikasi responden berdasarkan pada jenis kelamin, usia, agama, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan per bulan. Berikut disajikan sebuah kondisi pada masing-masing karakteristik dari responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Secara umum, klasifikasi responden menurut jenis kelaminnya dapat memberikan gambaran penelitian terkait dengan suatu penggolongan atas aspek demografis responden. Berdasarkan pada hasil eksplorasi penelitian dapat diidentifikasi bahwa responden berdasarkan pada jenis kelamin dapat digolongkan menjadi 2 (dua) kategori yakni jenis kelamin laki-laki dan perempuan.

Berikut disajikan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	51	51%
2.	Laki-Laki	49	49%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer, 2023

Dapat diperhatikan pada Tabel 4.2 dijelaskan bahwa klasifikasi responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki jumlah frekuensi sebesar 51 orang (51%) dan responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki frekuensi sejumlah 49 orang (49%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan mempunyai jumlah frekuensi yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pada bagian ini dijelaskan mengenai karakteristik responden berdasarkan usia. Adapun klasifikasi menurut usia ditunjukkan pada Tabel 4.3.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	20 – 29 Tahun	15	15%
2.	30 – 39 Tahun	40	40%
3.	40 – 49 Tahun	37	37%
4.	>50 Tahun	8	8%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Dari Tabel 4.3 terlihat bahwa terdapat 4 kategori menurut usia responden yaitu kategori pertama usia 20-29 Tahun sejumlah 15 orang (15%), kelompok usia 30-39 Tahun sebanyak 40 orang (40%). Kemudian kelompok usia 40-49 Tahun terdiri dari 37 orang (37%) dan klasifikasi responden dengan usia >50 Tahun sejumlah 8 orang (8%).

Dari hasil tersebut dapat menjelaskan bahwa responden dengan range usia 30-39 Tahun menjadi mayoritas pada penelitian ini.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Pada karakteristik agama dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi enam kelompok, yaitu Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha dan lainnya. Dikarenakan dalam pegadaian konvensional nasabah tidak hanya beragama Islam namun Non Islam pun juga di perbolehkan.

Hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan agama adalah pada Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

No.	Agama	Frekuensi	Persentase
1.	Islam	100	100%
2.	Kristen	0	0%
3.	Katolik	0	0%
4.	Hindu	0	0%
5.	Budha	0	0%
6.	Lainnya	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Dari Tabel 4.4 diatas terlihat bahwa semua responden penelitian ini 100% atau semuanya beragama islam.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada penelitian ini juga mendeskripsikan mengenai aspek demografis responden menurut latar belakang atau riwayat pendidikan terakhir responden yang meliputi tingkat pendidikan SD, SMP, SMA, Akademi/S1/S2. Pendidikan dapat dihubungkan dengan kemampuan seseorang dalam memahami sesuatu dengan baik. Adapun data penelitian tersebut dapat ditunjukkan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	SD/Sederajat	4	4%
2.	SMP/Sederajat	28	28%
3.	SMA/Sederajat	65	65%
4.	Akademi/S1/S2	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan penyajian Tabel 4.5 mengenai aspek demografis responden berdasarkan pada latar belakang pendidikan terakhirnya dapat diinterpretasikan bahwa terdapat 4 orang (4%) berpendidikan terakhir SD/Sederajat. Kemudian pendidikan terakhir setingkat SMP/Sederajat berjumlah 28 orang (28%) dan SMA/Sederajat terdapat 65 orang (65%). Selanjutnya terdapat 3 orang (3%) berpendidikan setingkat Akademi/S1/S2. Dengan demikian, pada penelitian ini menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan setingkat SMA mendominasi penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan memiliki frekuensi lebih besar yakni terdapat 65 orang.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Apabila dilihat dari jenis pekerjaannya, responden pada penelitian ini memiliki berbagai macam jenis pekerjaan. Adapun jenis pekerjaan tersebut meliputi pekerjaan berupa Mahasiswa/Pelajar, pegawai negeri sipil (PNS), Petani, Swasta, dan Lainnya.

Berikut disajikan Tabel 4.6 yang memberikan penjelasan terkait dengan jenis pekerjaan responden.

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	Mahasiswa/Pelajar	0	0%
2.	PNS	6	6%
3.	Petani	3	3%
4.	Swasta/ Wiraswasta	41	41%
5.	Lainnya	50	50%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui terdapat 0 orang atau 0% berstatus Mahasiswa/Pelajar. Kemudian sebanyak 6 orang (6%) memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil. Sedangkan pada jenis pekerjaan Petani sebesar 3 orang atau 3% lalu terdapat 41 orang atau 41% dengan pekerjaan Swasta/ Wiraswasta dan pada opsi pekerjaan Lainnya terdapat 50 orang atau 50%.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pada karakteristik penghasilan responden dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi enam kelompok, yaitu Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000 ; Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000 ; Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000 ; Rp. 6.100.000 – Rp. 8.000.000 ; Rp. 8.100.000 – Rp. 10.000.000 dan > Rp. 10.100.000.

Hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan penghasilan responden adalah pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Frekuensi	Persentase
1.	Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000	65	65%
2.	Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000	25	25%
3.	Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000	7	7%
4.	Rp. 6.100.000 – Rp. 8.000.000	3	3%
5.	Rp. 8.100.000 – Rp. 10.000.000	0	0%
6.	> Rp. 10.000.000	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 65% responden dengan jumlah 65 orang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000 setiap bulannya, 25% responden dengan jumlah 25 orang berpenghasilan Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000 setiap bulannya, 7% responden dengan jumlah 7 orang berpenghasilan Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000 setiap bulannya dan 3% responden dengan jumlah 3 orang berpenghasilan Rp. 6.100.000 – Rp. 8.000.000 setiap bulannya, dan terdapat 0 orang atau 0% responden dengan penghasilan Rp. 8.100.000 – Rp. 10.000.000 ataupun > Rp. 10.000.000. Jadi mayoritas responden dalam penelitian ini berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000 yaitu terdapat 65% atau 65 orang.

C. Hasil Penelitian

Bagian ini dipaparkan terkait dengan hasil analisis data, yakni berkaitan dengan uji instrumen data dan pengujian hipotesis yang telah didapatkan dari teknik analisis statistika deskriptif dan statistika inferensial

dengan mengandalkan alat bantu SPSS versi 26. Dimana pada hasil penelitian terdapat pengujian instrumen data penelitian yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda pada masing-masing variabel. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisis regresi yakni dengan syarat harus memiliki data berskala interval.

Dikarenakan pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Sehingga data hasil penelitian tersebut termasuk dalam data dengan berskala ordinal. Sehingga untuk memenuhi salah satu syarat dalam melakukan analisis regresi maka perlu dilakukan adanya transformasi data ordinal menjadi data interval. Transformasi data tersebut dapat menggunakan *method of successive interval* yang dilakukan melalui program Microsoft Excel pada bagian Add In di bagian statistik kemudian pilih Successive Interval. Hasil transformasi tersebut dapat dilihat pada lampiran 2.

1. Uji Instrumen Data

Dalam menjamin kualitas penelitian ilmiah, maka pengujian instrumen penelitian penting untuk dilakukan. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menilai baik atau tidaknya suatu pernyataan sebagai alat ukur dalam pengambilan data. Adapun uji instrumen data yang dipergunakan dalam pengujian ini yakni uji validitas dan reliabilitas yang diolah dengan bantuan program SPSS versi 26.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Pada kuesioner bisa mengungkapkan sesuatu yang diukur yaitu pada pernyataan apabila kuesioner tersebut sudah dinyatakan valid. Pada uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan taraf signifikansi 0,05. Adapun kriteria pengujian dalam menetapkan validasi kuesioner yakni jika nilai r hitung $>$ r tabel

maka pertanyaan tersebut valid dan sebaliknya jika nilai r hitung $< r$ tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Faktor Pribadi (X1)	X1.1	0,742**	0,195	Valid
	X1.2	0,754**	0,195	Valid
	X1.3	0,763**	0,195	Valid
	X1.4	0,451**	0,195	Valid
	X1.5	0,437**	0,195	Valid
Faktor Psikologis (X2)	X2.1	0,641**	0,195	Valid
	X2.2	0,657**	0,195	Valid
	X2.3	0,708**	0,195	Valid
	X2.4	0,647**	0,195	Valid
	X2.5	0,733**	0,195	Valid
Kepatuhan Syariah (X3)	X3.1	0,740**	0,195	Valid
	X3.2	0,694**	0,195	Valid
	X3.3	0,759**	0,195	Valid
	X3.4	0,805**	0,195	Valid
	X3.5	0,764**	0,195	Valid
Preferensi (Y)	Y.1	0,604**	0,195	Valid
	Y.2	0,662**	0,195	Valid
	Y.3	0,568**	0,195	Valid
	Y.4	0,664**	0,195	Valid
	Y.5	0,696**	0,195	Valid

Sumber: Data Primer, 2023

Dari Tabel 4.8 di atas bahwa hasil analisis uji validitas dengan pernyataan pada kuesioner sejumlah dari 20 butir yang terdiri dari variabel faktor pribadi berjumlah 5 butir, variabel faktor psikologis 5 butir, variabel kepatuhan syariah 5 butir dan variabel preferensi 5 butir. Bahwa seluruhnya memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{hitung} > 0,195$), dari hasil tersebut bahwa setiap pernyataan pada masing-masing variabel pada kuesioner dapat dianggap sah atau valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian instrumen data penelitian yang bertujuan untuk melihat tingkat stabilitas atau konsistensi suatu alat instrumen penelitian dalam hal ini berupa kuesioner atau angket. Terdapat kriteria yang digunakan dalam pengujian reliabilitas yakni dengan melihat nilai *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,60$ maka disimpulkan bahwa data tersebut reliabel. Kemudian uji reliabilitas dilakukan pada setiap variabel kuesioner penelitian dengan mengandalkan SPSS yang terdiri atas 3 variabel bebas (faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah) dan 1 variabel terikat (preferensi). Berikut ini ditunjukkan Tabel 4.9 mengenai pengujian reliabilitas.

Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Faktor Pribadi (X1)	5	0,631	Reliabel
Faktor Psikologis (X2)	5	0,699	Reliabel
Kepatuhan syariah (X3)	5	0,807	Reliabel
Preferensi (Y)	6	0,632	Reliabel

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.9 mengenai hasil uji reliabilitas pada hasil uji reliabilitas terhadap 3 variabel bebas dan 1 variabel dependen terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel memiliki jumlah yang lebih besar dari batasan nilai yang telah ditentukan yakni $\geq 0,60$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel faktor pribadi, faktor psikologis, kepatuhan syariah, dan preferensi dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas diarahkan untuk melakukan pengkajian terhadap variabel residu apakah nilai residual menghasilkan

berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat dipergunakan sebagai metode dalam pengujian normalitas. Terdapat beberapa kaidah yang digunakan dalam uji normalitas yakni:

- 1) Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah tidak normal.

Hasil uji normalitas dapat disajikan pada Tabel 4.10.

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200 ^{c,d}	Berdistribusi normal

Sumber: Data Primer, 2023

Pada hasil pengujian SPSS pada tabel di atas dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* terdapat nilai signifikansinya sebesar $0,200 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan adalah data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipergunakan dengan tujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel bebas dalam model regresi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai *tolerance* dan *Varian Influence Factor* (VIF) pada bagian *collinearity statistics*. Terdapat beberapa dasar dalam mengambil keputusan dalam uji multikolinearitas yakni:

- 1) Apabila nilai VIF $< 10,00$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$, maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antarvariabel independent.

- 2) Apabila nilai $VIF \geq 10,00$ dan nilai $tolerance \leq 0,10$ maka dapat diasumsikan bahwa terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen.

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Faktor Pribadi (X1)	0,636	1,572	Bebas Multikolinearitas
Faktor Psikologis (X2)	0,690	1,449	Bebas Multikolinearitas
Kepatuhan Syariah (X3)	0,705	1,418	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.11 diperoleh hasil bahwa dari ketiga variabel independen dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat tanda-tanda gejala multikolinearitas. Hal ini dikarenakan dari ketiga variabel tersebut didapati hasil nilai $VIF < 10,00$ dan nilai $tolerance > 0,10$. Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa suatu model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk memastikan apakah suatu model memiliki gejala atau masalah heteroskedastisitas. Apabila suatu model terjadi heteroskedastisitas menandakan bahwa suatu model tersebut terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Kemudian pada penelitian ini mengaplikasi sebuah metode uji *spearman's rho* dalam pengujian heteroskedastisitas. Adapun kaidah atau yang menjadi acuan dalam uji heteroskedastisitas dengan uji rank spearman yakni dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed). Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan apabila nilai signifikansi (2-tailed) $< 0,05$, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Model	Significant	Standar Significant	Keterangan
Faktor Pribadi (X1)	0,613	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Faktor Psikologis (X2)	0,448	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepatuhan Syariah (X3)	0,643	0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer, 2023

Tabel 4.12 memperlihatkan bahwa dari ke-3 variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena pada variabel faktor pribadi memiliki signifikan $0,613 \geq 0,05$, lalu pada variabel faktor psikologis memiliki signifikan $0,448 \geq 0,05$ dan variabel kepatuhan syariah mempunyai nilai signifikan sebesar $0,643 \geq 0,05$ yang mana memiliki jumlah lebih besar dari standar signifikan yang telah ditetapkan yakni 5% (0,05). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk menaksir seberapa jauh model regresi dapat menerangkan variasi dari variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut disajikan Tabel 4.13 mengenai hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,777	0,603	0,591	1,68318

Sumber: Data Primer, 2023

Merujuk pada Tabel 4.13 diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,591 yakni dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square. Dengan diperolehnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,591 dapat diartikan bahwa 59,1% variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah mampu menjelaskan variabel terikat yakni variabel preferensi. Sedangkan sisanya 40,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan, seperti halnya faktor budaya, lokasi, promosi, dan lain sebagainya.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi. Selain itu, analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memperlihatkan besarnya pengaruh variabel bebas yaitu faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah dengan variabel terikat yaitu preferensi. Berdasarkan pada hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi sebelumnya, maka dapat disusun sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linear Berganda

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	S
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,059	0,976		2,111	0,037
	Faktor Pribadi (X1)	0,364	0,074	0,395	4,903	0,000
	Faktor Psikologis (X2)	0,403	0,071	0,439	5,676	0,000
	Kepatuhan Syariah (X3)	0,068	0,061	0,085	1,117	0,267

Sumber: Data Primer, 2023

$$\gamma = (2,059) + 0,364X1 + 0,403X2 + 0,068X3 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 2,059 dapat dijelaskan bahwa jika variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah bernilai 0 (nol), maka variabel dependen preferensi akan bernilai 2,059.
- b. Koefisien regresi faktor pribadi sebesar 0,364 menunjukkan bahwa apabila faktor pribadi mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka preferensi nasabah pada KUR Syariah akan meningkat sebesar 0,364.
- c. Koefisien regresi faktor psikologis sebesar 0,403 menunjukkan bahwa apabila faktor psikologis mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka preferensi nasabah pada KUR Syariah akan meningkat sebesar 0,403.
- d. Koefisien regresi kepatuhan syariah sebesar 0,068 menunjukan bahwa apabila kepatuhan syariah mengalami peningkatan sebesar satu-satuan, maka preferensi nasabah pada KUR Syariah akan meningkat sebesar 0,068.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial (per variabel) terhadap variabel *dependent*. Suatu variabel *independent* dikatakan signifikan secara individu mempengaruhi variabel *dependent* apabila Sig. Lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, uji t dilakukan untuk melihat tingkat signifikan variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah dengan variabel preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah.

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Adapun didapatkan perhitungan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,984. Hal tersebut diperoleh dengan melihat tabel *Chi Square* yakni yang pertama dengan menghitung *degree of freedom* (df) = $n - k = 100 - 4 = 96$. Dimana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan variabel terikat dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%).

Tabel 4. 15 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	S	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2,059	0,976		2,111	0,037	
X1	0,364	0,074	0,395	4,903	0,000	H ₁ diterima
X2	0,403	0,071	0,439	5,676	0,000	H ₂ diterima
X3	0,068	0,061	0,085	1,117	0,267	H ₃ ditolak

Sumber: Data Primer, 2023

- 1) Pengaruh faktor pribadi terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel faktor pribadi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,903 > t$ tabel 1,984. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dalam artian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor pribadi terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

- 2) Pengaruh faktor psikologis terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel faktor psikologis (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $5,676 > t$ tabel 1,984. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dalam artian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor psikologis terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

- 3) Pengaruh kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel kepatuhan syariah (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,267 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,117 < t$ tabel 1,984. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak dalam artian tidak terdapat pengaruh signifikan antara kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

b. Uji F (Simultan)

Uji signifikansi secara simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi model secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun kaidah yang digunakan dalam pengujian ini yakni dapat ditinjau dari hasil nilai F hitung dan F tabel. Jika nilai F hitung $\geq F$ tabel dengan signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen (bebas) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini diperoleh F tabel sebesar 2,70 yakni dengan melihat titik presentase distribusi F untuk probabilitas = 0,05 ((df untuk pembilang = $k-1 = 4-1 = 3$ dan df untuk penyebut = $n-k = 100-4 = 96$) dengan signifikansi sebesar 0,05 (5%)).

Tabel 4. 16 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
1	Regression	413,352	3	137,784	48,634	0,000	H ₄ diterima
	Residual	271,976	96	2,833			
	Total	685,328	99				

Sumber: Data Primer, 2023

Hasil pengujian F (ANOVA) dapat dilihat pada Tabel 4.16 dengan melihat nilai F hitung sebesar $48,634 \geq F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ maka model tersebut dapat menjelaskan variabel preferensi. Dengan kata lain, secara bersamaan (simultan) variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang. Setelah melakukan pengolahan terhadap data yang diperoleh dan setelah diketahui hasil dari uji-uji yang telah dilakukan, maka selanjutnya didapatkan hasil uji hipotesis. Adapun hasil pengujian masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel faktor pribadi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,903 > t$ tabel 1,984. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dalam artian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor pribadi terhadap

preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

Diterimanya hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi dipengaruhi oleh faktor pribadi karena banyak hal dari faktor ini yang mempunyai dampak yang besar terhadap preferensi. Seperti jika sifat religiusitas nasabah semakin kuat maka akan mempunyai preferensi yang semakin tinggi pada KUR Syariah. Lalu riwayat pendidikan juga dapat memengaruhi preferensi karena pendidikan akan membentuk cara berfikir seseorang yang kemudian menimbulkan pandangannya terhadap sesuatu dan memicu tindakannya. Adapun keadaan ekonomi seorang nasabah jika semakin bagus dan merasa terpenuhi kebutuhannya karena pembiayaan dari KUR Syariah, maka preferensi pada KUR Syariah juga akan meningkat. Keadaan ini juga diiringi oleh penambahan usia serta siklus hidup seseorang, dimana pemenuhan kebutuhan seseorang akan berubah sewaktu-waktu mengikuti siklus hidup yang dapat berubah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nurul Kholid (2022) yang menyatakan bahwa faktor pribadi secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

2. Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel faktor psikologis (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $5,676 > t$ tabel 1,984. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima dalam artian terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor psikologis terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

Diterimanya hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berkaitan erat dengan ekonomi perilaku (*Behavioral Economics*). Karena ekonomi perilaku (*Behavioral Economics*) merupakan cabang studi dari ilmu ekonomi tentang bagaimana efek faktor psikologis dapat mempengaruhi serta menjelaskan tentang pengambilan keputusan ekonomi, dan hal tersebut mempelajari efek kognitif, emosional, budaya, dan sosial terhadap keputusan yang dibuat oleh aktor ekonomi. Ekonomi perilaku juga menjelaskan motif pengambilan keputusan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan psikologi manusia.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aeni Wahyuni (2013) yang menyatakan bahwa faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan murabahah pada BMT Bina Umat Mandiri Tambang.

3. Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel kepatuhan syariah (X3) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,267 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,117 < t \text{ tabel } 1,984$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga ditolak dalam artian tidak terdapat pengaruh signifikan antara kepatuhan syariah terhadap preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

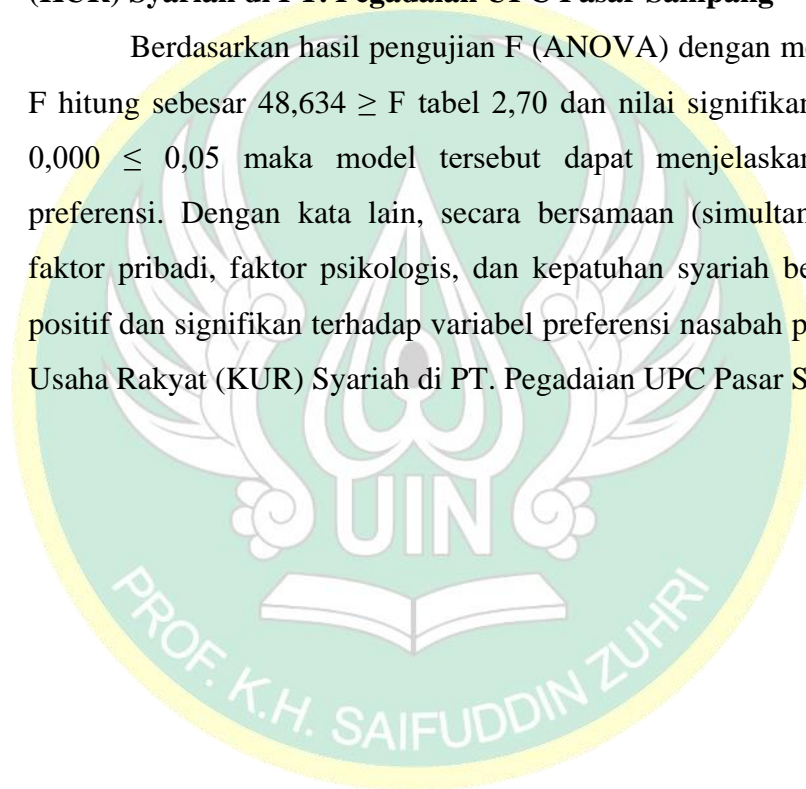
Ditolaknya hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat menunjukkan bahwa para pelaku UMKM atau nasabah tidak menjadikan variabel kepatuhan syariah sebagai pertimbangan utama dalam memilih KUR Syariah. Mereka beranggapan bahwa hal ini menjadi tanggung jawab pihak yang berwenang. Nasabah secara umum

juga tidak memiliki pengetahuan yang baik tentang hal tersebut karena latar belakang pengetahuan mereka yang berbeda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasir dkk. (2022) yang menyatakan bahwa kepatuhan syariah (*sharia compliance*) tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi memilih produk bank syariah.

4. Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Kepatuhan Syariah terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang

Berdasarkan hasil pengujian F (ANOVA) dengan melihat nilai F hitung sebesar $48,634 \geq F$ tabel 2,70 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 \leq 0,05$ maka model tersebut dapat menjelaskan variabel preferensi. Dengan kata lain, secara bersamaan (simultan) variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel preferensi nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dengan melakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji T, faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang. Preferensi dipengaruhi oleh faktor pribadi karena banyak hal dari faktor ini yang mempunyai dampak yang besar terhadap preferensi. Dengan hasil yang positif ini, pegadaian dapat mengamati dan menyesuaikan dengan faktor pribadi nasabah sehingga akan menambah preferensi nasabah pada KUR Syariah.
- 2) Berdasarkan hasil uji T, faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang. Hal itu karena faktor psikologis mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap preferensi seseorang. Faktor psikologis berkaitan erat dengan ekonomi perilaku. Ekonomi perilaku menjelaskan motif pengambilan keputusan ekonomi, khususnya yang berkaitan dengan psikologi manusia.
- 3) Berdasarkan hasil uji T, kepatuhan syariah tidak terdapat pengaruh terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang. Walaupun demikian, pegadaian tetap harus meningkatkan kepatuhan syariah agar lebih menambah preferensi nasabah dan menjaga kepercayaan masyarakat, terutama bagi mereka yang mengutamakan prinsip syariah.
- 4) Berdasarkan hasil uji F, faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang.

B. Keterbatasan Penelitian

KUR Syariah merupakan produk Pegadaian Syariah yang baru dipasarkan oleh pegadaian konvensional pada bulan September 2022. Oleh sebab itu, peneliti tidak menemukan rujukan penelitian terdahulu yang mengkaji terkait produk syariah yang dipasarkan oleh lembaga konvensional. Sehingga tentu banyak kekurangan pada penelitian ini.

C. Saran

Berdasarkan pada hasil analisis pembahasan dan kesimpulan di atas, terdapat saran-saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik kedepannya:

- 1) Disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang lebih varian lagi di luar variabel faktor pribadi, faktor psikologis, dan kepatuhan syariah atau mungkin menggabungkannya yang berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini ketiga variabel bebas tersebut hanya mampu menjelaskan 59,1 % variabel preferensi nasabah, yang mana berarti masih ada pengaruh 40,9% lagi di luar variabel penelitian ini.
- 2) Bagi masyarakat terutama pelaku UMKM diharapkan untuk memperluas pengetahuan dalam memilih produk-produk dan memahami konsep-konsep mengenai produk yang berprinsip syariah.
- 3) Diharapkan bagi PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang agar lebih meningkatkan strategi pemasaran dengan memerhatikan faktor-faktor yang dapat memengaruhi preferensi nasabah pada KUR Syariah. Dan tidak kalah penting agar lebih meningkatkan aspek kepatuhan syariah, walaupun perannya hanya sebagai pemasar dan pada hasil penelitian ini kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah pada KUR Syariah. Bagaimanapun juga, aspek kepatuhan syariah akan tetap ada pengaruhnya terhadap preferensi nasabah walaupun tidak terlalu besar. Alangkah baiknya pegadaian lebih mengedukasi masyarakat terutama pelaku UMKM tentang KUR Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- An-Nabhani, T., Amin, A., & Saifullah, A. (2001). *Peraturan Hidup dalam Islam*. Al Azhar Press. Bogor.
- Ansori. (2019). Pengungkapan Shariah Compliance dan Kepatuhan Bank Syariah terhadap Prinsip Syari'ah. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 3(2), 3.
- Arikunto, S. (2002). *Manajemen Penelitian* (Edisi Revi). Rikena Cipta.
- Bawono, A. (2006). *Multivariate Analisis dengan SPSS*. STAIN Press.
- Dewi, A. (2019). Faktor-faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah di Kota Palopo. *Jurnal Akuntansi*, 04(02), 1–12.
- Djamil, F. (2013). *Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah*. Sinar Grafika.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Consumer Behavior* (Perilaku Konsumen, alih bahasa: Budijanto). Edisi Ke-6. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Frederica, B. G., & Chairy. (2019). Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Balckberry. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 3(2), 128–143.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8) (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handito, O., & Indrianty. (2019). Faktor Pribadi, Psikologis, dan Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Ertiga di PT Megah Putera Kendari. *Jurnal Analisis*, 2(2), 110.
- Harahap, J., & Nasution, E. E. (2021). Penerapan Prudential Banking sebagai Upaya Meminimalisir Risiko Kredit Bermasalah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) (Studi pada PT. Bank Sumut Tbk Cabang Sibuhuan). *NAHDATUL IQTISHADIIYAH: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(2), 32–49.
- Hasanah, U., Fitriani, N., & Hana, K. F. (2022). Analisis Penerapan Sharia Compliance pada Produk Pembiayaan KUR Mikro di Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 4(2).
- Howard, J. A., & Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behaviour* (John Wiley).
- Huda, N., & Heykal, M. (2010). *Lembaga Keuangan Islam*. Kencana.
- Julian, & Marlina, R. (2019). PREFERENSI NASABAH MEMILIH BANK

SYARIAH DILIHAT DARI ASPEK KARAKTERISTIK NASABAH. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 48–62.

- Kholid, A. N. (2022). *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto)*. UIN PROF. KH SAIFUDDIN ZUHRI.
- Kotler, P. (1999). *Marketing Management : An Asian Perspective*. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, Kontrol*. PT Prehallindo.
- Kotler, P., & Amstrong. (2004). *Dasar-dasar Pemasaran* (PT Indeks).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks.
- Latumaerissa, J. R. (2011). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (p. 459). Salemba Empat.
- Lutfiyah, A. Q. (2022). *Kesesuaian Akad Murabahah bil Wakalah dengan Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/VI/2000 pada Produk Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Matraman*. Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Luthfiyah, F. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). *Bandung: Rosda Karya*, 12, 233–243.
- Makki, I. (2022). Pengaruh Pemberian Kredit Usaha Rakyat Syariah terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Mikro di Pasar Leuwiliang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 868–879. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i4.2188>
- Maslihatin, A., & Riduwan, R. (2020). Analisis Kepatuhan Syariah pada Bank Syariah: Studi Kasus Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 4(1), 27–35.
- Masni, H. (2019). Analisis Penerapan Syariah Compliance dalam Produk Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(2), 118–137.
- Mongkito, A. W., Putra, T. W., Imran, M., Novita, K., & Ansar, A. N. (2021). Implementasi Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Mikro Syariah dalam Pengembangan Usaha Mikro. *Robust: Research of Business and Economics Studies*, 1(1), 91–104.
- Nasir, M., Safaruddin, Prihatin, N., & Rauzana. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Tata Kelola, dan Kepatuhan Syariah dalam Preferensi Memilih Produk Bank Syariah. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 7(1), 39–50. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v7i1.1335>
- Nazir, M. (2005). Metode Penelitian. *Jakarta: Ghalia Indonesia*.
- Nurhayati, S., & Wasilah. (2013). *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Salemba Empat.

- Nurtanto, A., Sitorus, P., Ramadhan, R. R., & Kusumah, A. (2023). Produk Kredit Usaha Rakyat PT. Pegadaian Kota Pekanbaru kepada Pelaku UMKM. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(2), 38–42.
- Purnama, A. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Syariah pada PT Pegadaian (Persero) Cabang Curup*. IAIN Curup.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. CV. Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Ramadhani, T. D. N. (2019). *Penerapan Akad Murabahah dan Rahn Tasjily pada Produk Amanah di PT. Pegadaian (PERSERO) UPS Pantan Labu*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Sa'diyah, M., & Arifin, M. A. (2019). Mudharabah dalam Fiqih dan Perbankan Syari'ah. *Jurnal Equilibrium*, 1(2), 302–323.
- Sari, N. P. (2021). *Analisis Implementasi Gadai Emas pada Pegadaian Syariah dan Bank Syariah Mandiri Ditinjau dari Syariah Compliance (Studi pada Pegadaian Syariah Kota Metro dan Studi Pada Bank Syariah Mandiri Kota Metro)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Setiadi, N. (2003). *Perilaku Konsumen*. Prenada.
- Setyaningrum, & Saptutyningsih. (2019). *PENELITIAN KUANTITATIF Metode dan Alat Analisis*.
- Siregar, S. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Subagyo, J. (1999). *Metode Penelitian: Dalam Teori dan Praktek*. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.CV.
- Sugiyono. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaf dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. IKAPI.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. In *Penerbit CV. Alfabeta: Bandung* (Vol. 225). CV. Alfabeta.
- Suhendi, H. (2010). *Fiqh Muamalah*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Syafe'i, R. (1998). *Fiqh Muamalah*. Pustaka Setia.

- Triandaru, S., Santoso, A. T. B., & Susilo, Y. S. (2000). Bank dan Lembaga Keuangan Lain. In *Jakarta: Salemba Empat*. Salemba Empat.
- Triyuwono, I. S. (2019). Metafora Zakat dan Shari'ah Enterprise Theory sebagai Konsep Dasar dalam Membentuk Akuntansi Syari'ah. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 5(2), 131–145.
- Ula, N. I. (2019). Motivasi Nasabah Memilih Pembiayaan Pegadaian Syariah (studi kasus cabang pegadaian syariah kusumanegara dan pegadaian lempuyangan). *Universitas Islam Indonesia*.
- Wahyuni, A. (2020). *Pengaruh Budaya, Psikologis dan Pribadi terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Pada BMT Bina Ummat Mandiri Tambang*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Wiryaningtyas, D. P. (2019). Pengaruh Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Kredit pada Bank Kredit Desa Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 14(2), 49–57.
- Yenti, F., Elfadhli, Burda, H., & Khairiah, E. (2021). KEPATUHAN SYARIAH (SHARIAH COMPLIANCE): PENERAPANNYA PADA BANK NAGARI CABANG SYARIAH SOLOK. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 10(2), 191–202.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH FAKTOR PRIBADI, FAKTOR PSIKOLOGIS, DAN KEPATUHAN SYARIAH TERHADAP PREFERENSI NASABAH PADA KREDIT USAHA RAKYAT (KUR) SYARIAH DI PT. PEGADAIAN UPC PASAR SAMPANG CILACAP

Nama :

A. Mohon untuk mengisi lembar identitas diri di bawah ini dengan cara melingkari untuk mengisinya:

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia
 - a. 20-29
 - b. 40-49
 - c. 30-39
 - d. >50
3. Agama
 - a. Islam
 - b. Kristem
 - c. Katolik
 - d. Hindu
 - e. Budha
 - f. Lainnya
4. Pendidikan terakhir
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/Sederajat
 - c. SMA/Sederajat
 - d. Akademi/S1/S2
5. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Petani
 - d. Swasta/Wiraswasta
 - e. Lainnya
6. Penghasilan per bulan
 - a. Rp. 500.000 – 2.000.000
 - b. Rp. 2.100.000 – 4.000.000
 - c. Rp. 6.100.000 – 8.000.000
 - d. Rp. 8.100.000 – 10.000.000
 - e. > Rp. 10.000.000
 - c. Rp. 4.100.000 – 6.000.000

B. Petunjuk Pengerjaan

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan saksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban disetiap pertanyaan.
3. Isi kuisisioner dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4. Mohon cek ulang jawaban Anda, jika sudah sesuai mohon responden menyerahkan kuisisioner kepada peneliti.

C. Petunjuk Simbol

Petunjuk	Point
STS = Sangat Tidak Setuju	1
TS = Tidak Setuju	2
KS = Kurang Setuju	3
S = Setuju	4
SS = Sangat Setuju	5

1. Faktor Pribadi (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa mempunyai jiwa keagamaan/religiusitas sehingga saya suka pada KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
2.	Saya berusaha menghindari riba sehingga saya merasa cocok dengan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
3.	Saya mempunyai riwayat pendidikan yang membuat saya suka dengan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
4.	Saya merasa cocok dengan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang karena sesuai dengan situasi ekonomi saya.					
5.	Dengan keuntungan usaha atau sumber pendapatan lainnya yang saya peroleh, memengaruhi saya suka terhadap KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					

2. Faktor Psikologis (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mempunyai tujuan yang mendorong/memotivasi saya sehingga suka pada KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
2.	Saya pernah mengikuti sosialisasi terkait KUR Syariah, sehingga saya termotivasi dan suka dengan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					

3.	Saya mempunyai persepsi yang bagus terkait KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang, karena sesuai dengan kebutuhan/keadaan saya.					
4.	Budaya perusahaan yang diterapkan membuat saya yakin dan suka dengan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
5.	Saya merasa yakin karena mempunyai persepsi yang bagus terkait KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					

3. Kepatuhan Syariah (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Pegadaian UPC Pasar Sampang mempunyai badan pengawas yang mengawasi prinsip syariah terhadap kepatuhan syariah (<i>sharia compliance</i>) pada KUR Syariah.					
2.	Saya tidak menemukan transaksi atau akad yang bersifat perjudian dan spekulatif/ketidakpastian pada KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
3.	Saya mengetahui bahwa laporan keuangan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang diolah sesuai dengan prinsip syariah.					
4.	Saya mengetahui bahwa KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang hanya membiayai bidang usaha yang halal dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah.					
5.	Sumber dana KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang berasal dari transaksi yang berprinsip syariah					

4. Preferensi Nasabah (Y1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mempunyai tujuan yang dapat terwujud dengan menggunakan produk KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
2.	Saya memperoleh banyak manfaat yang menguntungkan dengan menggunakan produk KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang.					
3.	Kenyamanan pelayanan pada KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang membuat saya kooperatif selama dalam ikatan kontrak.					
4.	Saya lebih menyukai/ memprioritaskan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang dibandingkan dengan produk lain.					
5.	Dengan menggunakan KUR Syariah Pegadaian UPC Pasar Sampang, saya merasa lebih tenang dan berkah dalam menjalankan usaha.					

Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Penelitian

HASIL JAWABAN IDENTITAS RESPONDEN

No	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	AGAMA	PENDIDIKAN TERAKHIR	PEKERJAAN	PENGHASILAN
1	Eli Nurmawati	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
2	Miskiarini	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
3	Kasmanto	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
4	Muafif	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	PNS	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
5	Mulyanto	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
6	Suripah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
7	Surtinah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
8	Siti Mahmudah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
9	Mohamad Khafid	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
10	Mungawin	Laki-laki	>50	Islam	SD/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
11	Nofiatun Marianah	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
12	Suparni	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
13	Glady Wulandari	Perempuan	20-29	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
14	Mujahidin	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
15	Sahidun	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
16	Arif Wibowo	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
17	Febrian Nanda Irawan	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
18	Santi Pertiwi	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
19	Khayaturohmah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
20	Rinah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
21	Masfungi	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
22	Eni Supriyatin	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	PNS	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
23	Septi Dwiyantri	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
24	Suherni	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
25	Sujani	Perempuan	30-39	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000

26	Ma'rifatul Awwaliyah	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
27	Teguh Riyadi	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
28	Muslimah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
29	Adam Arya Kusumadewa	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
30	Tika Safitri	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
31	Duan Sulyana	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
32	Siti Asiyah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
33	Kuswadi	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
34	Hartini	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
35	Susmiyati	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
36	Adman	Laki-laki	40-49	Islam	SD/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
37	Sri Wahyuni	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
38	Sarif Hidayat	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
39	Marko	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
40	Maksum	Laki-laki	>50	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
41	Sutikno	Laki-laki	40-49	Islam	SD/ sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
42	Harun Al Rasyid	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
43	Sini	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
44	Mastur	Laki-laki	>50	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
45	Kirbi Budiarto	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
46	Agung Bahtiar	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
47	Giat Nurarifin	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
48	Triono Agung Prasetyo	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
49	Sunarto	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
50	Kukuh Budi Aji	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
51	Tarsoli	Laki-laki	>50	Islam	SD/ sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
52	Ramlan	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
53	Jaudi	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
54	Vonisah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000

55	Reswiati	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	PNS	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
56	Fitri Puji Astuti	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
57	Ferdi Agung Saputra	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
58	Siti Nurohmah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
59	Oktafia Nurjanah P	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
60	Khamdani	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
61	Surtinah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
62	Tri Utami	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
63	Narsito	Laki-laki	>50	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000
64	Titi Susanti	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
65	Sulastri	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
66	Siti Uswatun Khasanah	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
67	Safikur Rohman	Laki-laki	30-39	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
68	Salim	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
69	Dikin	Laki-laki	>50	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
70	Munjiati	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	PNS	Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000
71	Tugiati	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
72	Rangga Santoso	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
73	Kuntoro	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
74	Edi Sudio	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
75	Amalia Laila Dana Tusyifa	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
76	Nurngafiyah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
77	Lujeng	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
78	Suci Setiyani	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
79	Tri Mujianton	Laki-laki	30-39	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
80	Ach Sunardi	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
81	Munifah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
82	Inggit Riyanti	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	PNS	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
83	Alrizha Ahmad Kurnia	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000

84	Ato Suprpto	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
85	Sutinem	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
86	Ely Lutfiyah Putri Nabila	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
87	Sodikin	Laki-laki	>50	Islam	SMP/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
88	Markhamatun Sahuroh	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
89	Sundari Okta Fiyani	Perempuan	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
90	Sukanti	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
91	Margi Satria	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
92	Puji Nurhidayat	Laki-laki	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	PNS	Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000
93	Siti Khotijah	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
94	Firzon Miftahur Rizqi	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
95	Azis Romadhon	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
96	Sefriati	Perempuan	40-49	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
97	Solatun	Perempuan	40-49	Islam	SMP/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
98	Arfin Zuckri	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
99	Marsam	Laki-laki	>50	Islam	SMA/ sederajat	Swasta/ Wiraswasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
100	Festika Angga Sayekti	Perempuan	20-29	Islam	SMA/ sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000

HASIL TABULASI DATA

1. Variabel Faktor Pribadi (X1)

No. Respond	Faktor Pribadi (X1)					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	4	3	4	4	19
2	3	3	3	4	4	17
3	5	5	4	4	4	22
4	4	4	4	5	5	22
5	4	5	4	4	4	21
6	3	3	2	5	5	18
7	4	4	4	3	3	18
8	5	5	4	5	5	24
9	5	4	4	4	4	21
10	5	5	5	4	4	23
11	4	4	2	4	4	18
12	4	4	2	5	4	19
13	4	4	3	4	4	19
14	4	5	2	4	4	19
15	5	5	5	5	4	24
16	4	4	3	5	5	21
17	4	4	4	5	5	22
18	4	4	2	4	4	18
19	3	4	3	4	4	18
20	4	4	3	5	5	21
21	5	5	3	4	4	21
22	3	4	3	5	5	20
23	2	3	2	4	4	15
24	3	3	2	5	4	17
25	4	4	4	4	4	20
26	2	3	2	4	4	15
27	3	4	3	4	4	18
28	3	3	3	5	3	17
29	3	3	2	4	4	16
30	4	4	4	5	3	20
31	3	3	3	4	4	17
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	4	4	3	19
35	2	2	2	4	4	14
36	3	4	2	4	4	17

37	4	4	3	5	5	21
38	4	4	3	4	4	19
39	3	4	3	4	4	18
40	4	4	3	3	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	4	3	2	4	4	17
43	4	4	2	4	4	18
44	4	5	4	4	4	21
45	2	2	2	4	4	14
46	3	3	2	4	4	16
47	4	4	3	4	4	19
48	3	3	2	4	4	16
49	5	5	5	3	3	21
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	4	5	5	22
52	2	2	2	5	5	16
53	4	4	3	3	3	17
54	4	3	3	4	4	18
55	4	5	4	4	4	21
56	3	4	3	4	4	18
57	5	5	5	4	4	23
58	4	4	4	3	4	19
59	4	4	3	3	4	18
60	5	5	5	4	4	23
61	3	4	3	4	4	18
62	3	4	3	4	4	18
63	4	4	3	4	4	19
64	5	5	4	4	4	22
65	4	4	3	4	4	19
66	5	5	5	5	5	25
67	3	3	3	4	4	17
68	3	3	2	4	4	16
69	4	3	2	4	5	18
70	3	3	2	3	4	15
71	3	4	2	4	4	17
72	4	4	3	4	3	18
73	3	4	3	4	4	18
74	4	3	3	4	4	18
75	4	4	4	4	4	20
76	3	4	3	4	4	18
77	3	4	3	5	5	20

78	3	4	2	4	4	17
79	4	4	3	4	4	19
80	4	3	3	4	4	18
81	5	5	4	5	5	24
82	4	3	3	4	4	18
83	3	4	3	4	4	18
84	4	5	4	4	4	21
85	4	3	3	4	4	18
86	5	5	4	3	3	20
87	3	3	2	5	5	18
88	4	4	4	4	4	20
89	4	3	2	3	3	15
90	4	4	4	5	5	22
91	4	5	4	4	4	21
92	4	4	4	3	4	19
93	3	3	3	5	4	18
94	4	4	3	4	4	19
95	4	4	3	4	4	19
96	2	2	2	5	5	16
97	4	4	4	4	4	20
98	4	3	3	4	4	18
99	4	4	4	4	4	20
100	3	3	2	5	5	18



2. Hasil MSI pada Variabel Faktor Pribadi (X1)

No. Respond	Faktor Pribadi (X1)					Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
2	2.102	2.130	2.142	2.550	2.620	11.544
3	4.575	4.583	3.107	2.550	2.620	17.435
4	3.262	3.291	3.107	4.050	4.183	17.894
5	3.262	4.583	3.107	2.550	2.620	16.122
6	2.102	2.130	1.000	4.050	4.183	13.466
7	3.262	3.291	3.107	1.000	1.000	11.660
8	4.575	4.583	3.107	4.050	4.183	20.499
9	4.575	3.291	3.107	2.550	2.620	16.143
10	4.575	4.583	4.166	2.550	2.620	18.493
11	3.262	3.291	1.000	2.550	2.620	12.723
12	3.262	3.291	1.000	4.050	2.620	14.223
13	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
14	3.262	4.583	1.000	2.550	2.620	14.014
15	4.575	4.583	4.166	4.050	2.620	19.994
16	3.262	3.291	2.142	4.050	4.183	16.929
17	3.262	3.291	3.107	4.050	4.183	17.894
18	3.262	3.291	1.000	2.550	2.620	12.723
19	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
20	3.262	3.291	2.142	4.050	4.183	16.929
21	4.575	4.583	2.142	2.550	2.620	16.470
22	2.102	3.291	2.142	4.050	4.183	15.769
23	1.000	2.130	1.000	2.550	2.620	9.300
24	2.102	2.130	1.000	4.050	2.620	11.902
25	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
26	1.000	2.130	1.000	2.550	2.620	9.300
27	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
28	2.102	2.130	2.142	4.050	1.000	11.425
29	2.102	2.130	1.000	2.550	2.620	10.402
30	3.262	3.291	3.107	4.050	1.000	14.710
31	2.102	2.130	2.142	2.550	2.620	11.544
32	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
33	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
34	3.262	3.291	3.107	2.550	1.000	13.210
35	1.000	1.000	1.000	2.550	2.620	8.170
36	2.102	3.291	1.000	2.550	2.620	11.563
37	3.262	3.291	2.142	4.050	4.183	16.929
38	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865

39	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
40	3.262	3.291	2.142	1.000	1.000	10.695
41	4.575	4.583	4.166	4.050	4.183	21.557
42	3.262	2.130	1.000	2.550	2.620	11.562
43	3.262	3.291	1.000	2.550	2.620	12.723
44	3.262	4.583	3.107	2.550	2.620	16.122
45	1.000	1.000	1.000	2.550	2.620	8.170
46	2.102	2.130	1.000	2.550	2.620	10.402
47	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
48	2.102	2.130	1.000	2.550	2.620	10.402
49	4.575	4.583	4.166	1.000	1.000	15.323
50	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
51	3.262	3.291	3.107	4.050	4.183	17.894
52	1.000	1.000	1.000	4.050	4.183	11.234
53	3.262	3.291	2.142	1.000	1.000	10.695
54	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
55	3.262	4.583	3.107	2.550	2.620	16.122
56	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
57	4.575	4.583	4.166	2.550	2.620	18.493
58	3.262	3.291	3.107	1.000	2.620	13.280
59	3.262	3.291	2.142	1.000	2.620	12.315
60	4.575	4.583	4.166	2.550	2.620	18.493
61	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
62	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
63	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
64	4.575	4.583	3.107	2.550	2.620	17.435
65	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
66	4.575	4.583	4.166	4.050	4.183	21.557
67	2.102	2.130	2.142	2.550	2.620	11.544
68	2.102	2.130	1.000	2.550	2.620	10.402
69	3.262	2.130	1.000	2.550	4.183	13.125
70	2.102	2.130	1.000	1.000	2.620	8.852
71	2.102	3.291	1.000	2.550	2.620	11.563
72	3.262	3.291	2.142	2.550	1.000	12.245
73	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
74	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
75	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
76	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
77	2.102	3.291	2.142	4.050	4.183	15.769
78	2.102	3.291	1.000	2.550	2.620	11.563
79	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865

80	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
81	4.575	4.583	3.107	4.050	4.183	20.499
82	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
83	2.102	3.291	2.142	2.550	2.620	12.705
84	3.262	4.583	3.107	2.550	2.620	16.122
85	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
86	4.575	4.583	3.107	1.000	1.000	14.265
87	2.102	2.130	1.000	4.050	4.183	13.466
88	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
89	3.262	2.130	1.000	1.000	1.000	8.392
90	3.262	3.291	3.107	4.050	4.183	17.894
91	3.262	4.583	3.107	2.550	2.620	16.122
92	3.262	3.291	3.107	1.000	2.620	13.280
93	2.102	2.130	2.142	4.050	2.620	13.045
94	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
95	3.262	3.291	2.142	2.550	2.620	13.865
96	1.000	1.000	1.000	4.050	4.183	11.234
97	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
98	3.262	2.130	2.142	2.550	2.620	12.704
99	3.262	3.291	3.107	2.550	2.620	14.830
100	2.102	2.130	1.000	4.050	4.183	13.466



3. Variabel Faktor Psikologis (X2)

No. Respond	Faktor Psikologis (X2)					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	4	3	4	3	4	18
2	4	2	4	2	4	16
3	5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	4	19
5	5	3	4	3	4	19
6	4	4	4	4	4	20
7	4	2	3	3	3	15
8	5	3	5	4	5	22
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	5	4	21
11	4	3	4	3	4	18
12	4	2	4	3	3	16
13	4	4	4	3	4	19
14	4	2	4	4	3	17
15	5	3	5	5	5	23
16	4	4	5	4	4	21
17	5	5	4	5	4	23
18	4	2	4	3	4	17
19	4	4	4	4	4	20
20	5	4	4	3	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	5	5	5	4	4	23
23	4	5	4	3	3	19
24	5	3	4	4	4	20
25	5	2	4	2	4	17
26	4	2	4	3	4	17
27	4	3	4	4	4	19
28	5	3	5	4	5	22
29	4	2	4	3	4	17
30	4	2	4	4	4	18
31	5	4	4	4	4	21
32	4	3	4	3	4	18
33	5	5	3	4	3	20
34	4	4	4	4	4	20
35	4	2	3	3	3	15
36	4	3	4	4	4	19
37	4	2	4	4	4	18
38	4	4	3	4	3	18

39	5	2	3	5	3	18
40	5	3	4	4	4	20
41	5	4	5	5	5	24
42	4	4	4	4	4	20
43	4	3	4	3	4	18
44	5	4	4	3	4	20
45	4	2	4	2	3	15
46	4	2	4	2	4	16
47	5	3	4	5	4	21
48	5	5	5	4	4	23
49	5	4	4	4	4	21
50	4	3	4	5	4	20
51	5	5	4	5	4	23
52	4	2	3	4	3	16
53	5	2	4	5	4	20
54	4	2	4	4	4	18
55	5	3	4	4	4	20
56	4	3	4	4	4	19
57	5	2	4	3	4	18
58	4	3	4	5	4	20
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	3	4	19
61	4	3	4	4	4	19
62	4	3	4	4	4	19
63	4	3	4	3	4	18
64	5	2	4	4	4	19
65	4	4	3	4	3	18
66	5	4	4	5	4	22
67	5	3	5	4	5	22
68	4	2	4	4	4	18
69	4	2	4	3	4	17
70	4	1	3	2	3	13
71	5	5	4	5	4	23
72	4	2	4	4	4	18
73	4	3	4	4	4	19
74	4	4	4	3	4	19
75	4	4	4	4	4	20
76	5	2	4	4	4	19
77	5	3	3	4	3	18
78	4	3	4	4	4	19
79	5	2	5	4	5	21

80	4	3	4	3	4	18
81	5	5	5	4	5	24
82	4	2	4	3	4	17
83	4	3	4	4	4	19
84	5	4	4	4	4	21
85	5	3	4	3	4	19
86	4	3	4	5	4	20
87	4	2	3	4	3	16
88	4	2	4	4	4	18
89	4	3	4	3	4	18
90	4	4	4	4	4	20
91	5	4	4	4	4	21
92	4	4	4	4	4	20
93	4	2	4	2	4	16
94	4	3	4	3	4	18
95	4	2	4	2	4	16
96	5	2	4	4	4	19
97	4	3	4	4	4	19
98	4	2	4	2	3	15
99	5	4	4	4	4	21
100	5	5	4	4	4	22



4. Hasil MSI pada Variabel Psikologis (X2)

No. Respond	Faktor Psikologis (X2)					Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
2	1.000	2.598	2.755	1.000	2.681	10.034
3	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
4	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
5	2.620	3.614	2.755	2.004	2.681	13.674
6	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
7	1.000	2.598	1.000	2.004	1.000	7.602
8	2.620	3.614	4.510	3.137	4.473	18.353
9	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
10	1.000	4.449	2.755	4.486	2.681	15.371
11	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
12	1.000	2.598	2.755	2.004	1.000	9.357
13	1.000	4.449	2.755	2.004	2.681	12.890
14	1.000	2.598	2.755	3.137	1.000	10.490
15	2.620	3.614	4.510	4.486	4.473	19.701
16	1.000	4.449	4.510	3.137	2.681	15.778
17	2.620	5.470	2.755	4.486	2.681	18.011
18	1.000	2.598	2.755	2.004	2.681	11.038
19	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
20	2.620	4.449	2.755	2.004	2.681	14.510
21	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
22	2.620	5.470	4.510	3.137	2.681	18.418
23	1.000	5.470	2.755	2.004	1.000	12.229
24	2.620	3.614	2.755	3.137	2.681	14.807
25	2.620	2.598	2.755	1.000	2.681	11.654
26	1.000	2.598	2.755	2.004	2.681	11.038
27	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
28	2.620	3.614	4.510	3.137	4.473	18.353
29	1.000	2.598	2.755	2.004	2.681	11.038
30	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
31	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
32	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
33	2.620	5.470	1.000	3.137	1.000	13.227
34	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
35	1.000	2.598	1.000	2.004	1.000	7.602
36	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
37	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
38	1.000	4.449	1.000	3.137	1.000	10.587

39	2.620	2.598	1.000	4.486	1.000	11.703
40	2.620	3.614	2.755	3.137	2.681	14.807
41	2.620	4.449	4.510	4.486	4.473	20.537
42	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
43	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
44	2.620	4.449	2.755	2.004	2.681	14.510
45	1.000	2.598	2.755	1.000	1.000	8.353
46	1.000	2.598	2.755	1.000	2.681	10.034
47	2.620	3.614	2.755	4.486	2.681	16.155
48	2.620	5.470	4.510	3.137	2.681	18.418
49	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
50	1.000	3.614	2.755	4.486	2.681	14.535
51	2.620	5.470	2.755	4.486	2.681	18.011
52	1.000	2.598	1.000	3.137	1.000	8.735
53	2.620	2.598	2.755	4.486	2.681	15.139
54	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
55	2.620	3.614	2.755	3.137	2.681	14.807
56	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
57	2.620	2.598	2.755	2.004	2.681	12.658
58	1.000	3.614	2.755	4.486	2.681	14.535
59	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
60	1.000	4.449	2.755	2.004	2.681	12.890
61	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
62	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
63	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
64	2.620	2.598	2.755	3.137	2.681	13.791
65	1.000	4.449	1.000	3.137	1.000	10.587
66	2.620	4.449	2.755	4.486	2.681	16.991
67	2.620	3.614	4.510	3.137	4.473	18.353
68	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
69	1.000	2.598	2.755	2.004	2.681	11.038
70	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
71	2.620	5.470	2.755	4.486	2.681	18.011
72	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
73	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
74	1.000	4.449	2.755	2.004	2.681	12.890
75	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
76	2.620	2.598	2.755	3.137	2.681	13.791
77	2.620	3.614	1.000	3.137	1.000	11.371
78	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
79	2.620	2.598	4.510	3.137	4.473	17.337

80	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
81	2.620	5.470	4.510	3.137	4.473	20.209
82	1.000	2.598	2.755	2.004	2.681	11.038
83	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
84	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
85	2.620	3.614	2.755	2.004	2.681	13.674
86	1.000	3.614	2.755	4.486	2.681	14.535
87	1.000	2.598	1.000	3.137	1.000	8.735
88	1.000	2.598	2.755	3.137	2.681	12.171
89	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
90	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
91	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
92	1.000	4.449	2.755	3.137	2.681	14.023
93	1.000	2.598	2.755	1.000	2.681	10.034
94	1.000	3.614	2.755	2.004	2.681	12.054
95	1.000	2.598	2.755	1.000	2.681	10.034
96	2.620	2.598	2.755	3.137	2.681	13.791
97	1.000	3.614	2.755	3.137	2.681	13.187
98	1.000	2.598	2.755	1.000	1.000	8.353
99	2.620	4.449	2.755	3.137	2.681	15.643
100	2.620	5.470	2.755	3.137	2.681	16.663



5. Variabel Kepatuhan Syariah (X3)

No. Responde	Kepatuhan Syariah (X3)					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	4	4	3	4	4	19
2	3	4	3	3	3	16
3	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	3	19
6	4	3	3	4	3	17
7	3	4	2	3	2	14
8	5	5	5	5	4	24
9	4	4	4	4	3	19
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	2	4	3	4	2	15
13	3	4	4	3	3	17
14	3	4	4	4	3	18
15	4	4	3	4	4	19
16	3	4	3	3	3	16
17	4	5	4	4	4	21
18	3	4	4	4	4	19
19	3	4	3	3	3	16
20	4	5	4	4	4	21
21	5	5	4	5	4	23
22	4	5	4	5	5	23
23	2	3	2	3	2	12
24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	4	4	4	19
26	3	4	3	3	3	16
27	4	4	3	4	4	19
28	3	4	2	4	4	17
29	2	4	2	4	4	16
30	4	4	2	4	4	18
31	3	4	3	4	3	17
32	4	4	3	3	3	17
33	4	5	4	4	4	21
34	4	4	4	4	3	19
35	2	4	2	3	2	13
36	4	5	4	4	4	21
37	4	4	3	4	4	19
38	4	5	4	4	4	21

39	3	4	4	4	4	19
40	3	4	3	4	3	17
41	5	5	5	5	5	25
42	2	4	2	4	4	16
43	3	4	3	4	4	18
44	4	4	4	4	3	19
45	3	4	3	4	3	17
46	3	4	3	3	2	15
47	4	4	3	4	3	18
48	3	4	3	4	3	17
49	4	4	3	4	3	18
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	3	4	4	19
52	5	5	4	5	3	22
53	3	4	3	4	3	17
54	3	4	4	4	4	19
55	4	5	4	4	4	21
56	4	4	3	4	3	18
57	3	4	3	3	2	15
58	3	4	4	4	3	18
59	4	4	4	5	4	21
60	3	4	3	3	3	16
61	3	4	4	5	3	19
62	4	3	3	4	4	18
63	4	4	3	4	3	18
64	3	4	3	4	4	18
65	5	5	4	5	5	24
66	4	4	4	4	3	19
67	4	4	3	4	4	19
68	3	3	4	4	3	17
69	4	4	3	3	3	17
70	2	3	3	3	3	14
71	3	4	4	4	3	18
72	4	4	4	4	4	20
73	4	3	3	4	4	18
74	4	4	2	4	2	16
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	3	5	4	4	4	20
78	4	3	4	4	4	19
79	4	3	3	4	3	17

80	4	4	4	4	4	20
81	4	5	5	5	5	24
82	4	4	3	4	4	19
83	4	3	3	4	3	17
84	3	4	4	4	2	17
85	4	4	3	4	3	18
86	4	5	5	5	4	23
87	3	4	4	4	3	18
88	4	4	4	4	3	19
89	3	4	3	4	3	17
90	4	4	4	4	4	20
91	4	5	4	4	4	21
92	3	4	4	4	4	19
93	3	4	3	4	2	16
94	3	3	4	4	3	17
95	4	4	3	4	4	19
96	4	4	3	4	4	19
97	4	4	4	4	3	19
98	4	3	3	3	3	16
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	3	4	4	19



6. Hasil MSI pada Variabel Kepatuhan Syariah (X3)

No. Responde	Kepatuhan Syariah (X3)					Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
2	2.199	2.634	2.248	1.000	2.199	10.280
3	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
4	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
5	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
6	3.500	1.000	2.248	2.631	2.199	11.579
7	2.199	2.634	1.000	1.000	1.000	7.833
8	5.048	4.230	5.013	4.309	3.455	22.055
9	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
10	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
11	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
12	1.000	2.634	2.248	2.631	1.000	9.513
13	2.199	2.634	3.524	1.000	2.199	11.556
14	2.199	2.634	3.524	2.631	2.199	13.187
15	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
16	2.199	2.634	2.248	1.000	2.199	10.280
17	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
18	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
19	2.199	2.634	2.248	1.000	2.199	10.280
20	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
21	5.048	4.230	3.524	4.309	3.455	20.566
22	3.500	4.230	3.524	4.309	4.959	20.522
23	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	5.000
24	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
25	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
26	2.199	2.634	2.248	1.000	2.199	10.280
27	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
28	2.199	2.634	1.000	2.631	3.455	11.919
29	1.000	2.634	1.000	2.631	3.455	10.720
30	3.500	2.634	1.000	2.631	3.455	13.220
31	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
32	3.500	2.634	2.248	1.000	2.199	11.581
33	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
34	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
35	1.000	2.634	1.000	1.000	1.000	6.634
36	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
37	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
38	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340

39	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
40	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
41	5.048	4.230	5.013	4.309	4.959	23.559
42	1.000	2.634	1.000	2.631	3.455	10.720
43	2.199	2.634	2.248	2.631	3.455	13.168
44	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
45	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
46	2.199	2.634	2.248	1.000	1.000	9.081
47	3.500	2.634	2.248	2.631	2.199	13.213
48	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
49	3.500	2.634	2.248	2.631	2.199	13.213
50	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
51	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
52	5.048	4.230	3.524	4.309	2.199	19.310
53	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
54	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
55	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
56	3.500	2.634	2.248	2.631	2.199	13.213
57	2.199	2.634	2.248	1.000	1.000	9.081
58	2.199	2.634	3.524	2.631	2.199	13.187
59	3.500	2.634	3.524	4.309	3.455	17.422
60	2.199	2.634	2.248	1.000	2.199	10.280
61	2.199	2.634	3.524	4.309	2.199	14.865
62	3.500	1.000	2.248	2.631	3.455	12.835
63	3.500	2.634	2.248	2.631	2.199	13.213
64	2.199	2.634	2.248	2.631	3.455	13.168
65	5.048	4.230	3.524	4.309	4.959	22.070
66	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
67	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
68	2.199	1.000	3.524	2.631	2.199	11.553
69	3.500	2.634	2.248	1.000	2.199	11.581
70	1.000	1.000	2.248	1.000	2.199	7.447
71	2.199	2.634	3.524	2.631	2.199	13.187
72	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
73	3.500	1.000	2.248	2.631	3.455	12.835
74	3.500	2.634	1.000	2.631	1.000	10.765
75	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
76	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
77	2.199	4.230	3.524	2.631	3.455	16.039
78	3.500	1.000	3.524	2.631	3.455	14.110
79	3.500	1.000	2.248	2.631	2.199	11.579

80	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
81	3.500	4.230	5.013	4.309	4.959	22.011
82	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
83	3.500	1.000	2.248	2.631	2.199	11.579
84	2.199	2.634	3.524	2.631	1.000	11.988
85	3.500	2.634	2.248	2.631	2.199	13.213
86	3.500	4.230	5.013	4.309	3.455	20.507
87	2.199	2.634	3.524	2.631	2.199	13.187
88	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
89	2.199	2.634	2.248	2.631	2.199	11.912
90	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
91	3.500	4.230	3.524	2.631	3.455	17.340
92	2.199	2.634	3.524	2.631	3.455	14.443
93	2.199	2.634	2.248	2.631	1.000	10.713
94	2.199	1.000	3.524	2.631	2.199	11.553
95	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
96	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468
97	3.500	2.634	3.524	2.631	2.199	14.488
98	3.500	1.000	2.248	1.000	2.199	9.948
99	3.500	2.634	3.524	2.631	3.455	15.744
100	3.500	2.634	2.248	2.631	3.455	14.468



7. Variabel Preferensi (Y)

No. Respond	Preferensi (Y1)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	3	4	4	4	4	19
2	4	4	3	4	3	18
3	3	4	5	4	5	21
4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	4	4	22
6	4	4	4	3	4	19
7	3	4	4	3	3	17
8	4	5	4	4	5	22
9	3	4	4	4	4	19
10	4	5	4	4	5	22
11	3	4	4	4	4	19
12	4	4	3	4	3	18
13	4	4	4	4	4	20
14	3	3	5	4	4	19
15	4	5	5	4	5	23
16	4	4	4	3	4	19
17	4	4	5	4	5	22
18	3	4	4	4	4	19
19	4	4	5	4	4	21
20	3	4	4	3	4	18
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	3	4	4	3	3	17
24	3	4	3	3	4	17
25	4	4	4	3	4	19
26	3	4	4	4	3	18
27	3	4	4	4	3	18
28	3	4	4	4	4	19
29	3	4	4	4	3	18
30	4	4	3	4	4	19
31	3	4	4	4	4	19
32	4	4	3	4	4	19
33	3	3	5	3	5	19
34	3	4	4	4	4	19
35	2	3	4	3	3	15
36	3	4	4	4	4	19
37	2	4	5	4	4	19
38	4	4	3	4	4	19

39	3	4	4	3	4	18
40	4	4	4	4	4	20
41	4	5	5	5	5	24
42	3	4	4	4	4	19
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	3	4	4	19
45	3	4	4	3	3	17
46	3	4	4	4	4	19
47	4	4	4	4	3	19
48	3	4	5	4	4	20
49	3	4	4	4	5	20
50	3	4	4	3	4	18
51	4	4	4	4	4	20
52	3	4	4	3	4	18
53	4	4	5	4	4	21
54	3	4	4	4	4	19
55	4	5	5	4	4	22
56	4	4	3	4	4	19
57	3	5	4	4	4	20
58	3	4	4	4	4	19
59	3	4	4	4	3	18
60	4	4	5	4	4	21
61	3	4	4	3	3	17
62	3	5	4	4	4	20
63	4	4	3	4	4	19
64	3	4	5	4	4	20
65	3	4	4	3	4	18
66	4	4	4	4	5	21
67	3	4	4	4	4	19
68	3	4	3	3	4	17
69	4	4	3	4	4	19
70	2	3	4	3	3	15
71	4	4	5	4	4	21
72	3	4	4	4	4	19
73	3	4	5	4	5	21
74	3	4	4	4	4	19
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	5	4	4	21
77	3	4	4	4	4	19
78	4	5	4	3	4	20
79	4	4	4	4	3	19

80	3	4	5	4	4	20
81	4	5	5	4	5	23
82	3	4	4	4	4	19
83	4	4	5	4	4	21
84	4	4	4	4	4	20
85	3	4	5	3	4	19
86	4	4	5	4	5	22
87	3	3	4	3	4	17
88	3	3	4	4	4	18
89	4	4	3	3	3	17
90	4	5	5	4	4	22
91	4	4	5	4	5	22
92	3	4	4	4	4	19
93	3	4	4	4	3	18
94	4	4	4	4	3	19
95	3	4	4	4	4	19
96	3	4	3	3	3	16
97	4	4	4	4	4	20
98	2	3	4	3	4	16
99	3	5	5	4	4	21
100	4	4	4	4	4	20



8. Hasil MSI pada Variabel Preferensi (Y)

No. Respond	Preferensi Nasabah (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
2	4.017	2.837	1.000	2.685	1.000	11.539
3	2.533	2.837	3.898	2.685	4.085	16.038
4	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
5	4.017	4.585	3.898	2.685	2.531	17.717
6	4.017	2.837	2.456	1.000	2.531	12.842
7	2.533	2.837	2.456	1.000	1.000	9.826
8	4.017	4.585	2.456	2.685	4.085	17.828
9	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
10	4.017	4.585	2.456	2.685	4.085	17.828
11	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
12	4.017	2.837	1.000	2.685	1.000	11.539
13	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
14	2.533	1.000	3.898	2.685	2.531	12.647
15	4.017	4.585	3.898	2.685	4.085	19.270
16	4.017	2.837	2.456	1.000	2.531	12.842
17	4.017	2.837	3.898	2.685	4.085	17.522
18	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
19	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
20	2.533	2.837	2.456	1.000	2.531	11.357
21	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
22	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
23	2.533	2.837	2.456	1.000	1.000	9.826
24	2.533	2.837	1.000	1.000	2.531	9.901
25	4.017	2.837	2.456	1.000	2.531	12.842
26	2.533	2.837	2.456	2.685	1.000	11.510
27	2.533	2.837	2.456	2.685	1.000	11.510
28	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
29	2.533	2.837	2.456	2.685	1.000	11.510
30	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
31	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
32	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
33	2.533	1.000	3.898	1.000	4.085	12.516
34	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
35	1.000	1.000	2.456	1.000	1.000	6.456
36	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
37	1.000	2.837	3.898	2.685	2.531	12.951
38	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070

39	2.533	2.837	2.456	1.000	2.531	11.357
40	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
41	4.017	4.585	3.898	4.985	4.085	21.571
42	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
43	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
44	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
45	2.533	2.837	2.456	1.000	1.000	9.826
46	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
47	4.017	2.837	2.456	2.685	1.000	12.995
48	2.533	2.837	3.898	2.685	2.531	14.484
49	2.533	2.837	2.456	2.685	4.085	14.595
50	2.533	2.837	2.456	1.000	2.531	11.357
51	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
52	2.533	2.837	2.456	1.000	2.531	11.357
53	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
54	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
55	4.017	4.585	3.898	2.685	2.531	17.717
56	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
57	2.533	4.585	2.456	2.685	2.531	14.790
58	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
59	2.533	2.837	2.456	2.685	1.000	11.510
60	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
61	2.533	2.837	2.456	1.000	1.000	9.826
62	2.533	4.585	2.456	2.685	2.531	14.790
63	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
64	2.533	2.837	3.898	2.685	2.531	14.484
65	2.533	2.837	2.456	1.000	2.531	11.357
66	4.017	2.837	2.456	2.685	4.085	16.080
67	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
68	2.533	2.837	1.000	1.000	2.531	9.901
69	4.017	2.837	1.000	2.685	2.531	13.070
70	1.000	1.000	2.456	1.000	1.000	6.456
71	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
72	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
73	2.533	2.837	3.898	2.685	4.085	16.038
74	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
75	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
76	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
77	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
78	4.017	4.585	2.456	1.000	2.531	14.590
79	4.017	2.837	2.456	2.685	1.000	12.995

80	2.533	2.837	3.898	2.685	2.531	14.484
81	4.017	4.585	3.898	2.685	4.085	19.270
82	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
83	4.017	2.837	3.898	2.685	2.531	15.969
84	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
85	2.533	2.837	3.898	1.000	2.531	12.800
86	4.017	2.837	3.898	2.685	4.085	17.522
87	2.533	1.000	2.456	1.000	2.531	9.520
88	2.533	1.000	2.456	2.685	2.531	11.205
89	4.017	2.837	1.000	1.000	1.000	9.854
90	4.017	4.585	3.898	2.685	2.531	17.717
91	4.017	2.837	3.898	2.685	4.085	17.522
92	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
93	2.533	2.837	2.456	2.685	1.000	11.510
94	4.017	2.837	2.456	2.685	1.000	12.995
95	2.533	2.837	2.456	2.685	2.531	13.042
96	2.533	2.837	1.000	1.000	1.000	8.370
97	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526
98	1.000	1.000	2.456	1.000	2.531	7.987
99	2.533	4.585	3.898	2.685	2.531	16.232
100	4.017	2.837	2.456	2.685	2.531	14.526



Lampiran 3. Hasil Output SPSS Versi 26

1. Hasil Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Faktor Pribadi	100	8.17	21.56	13.8973	2.85781
Faktor Psikologis	100	5.00	20.54	13.4323	2.86688
Sharia Compliance	100	5.00	23.56	13.9119	3.30221
Preferensi	100	6.46	21.57	13.4777	2.63106
Valid N (listwise)	100				

2. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Faktor Pribadi
X1.1	Pearson Correlation	1	.745**	.706**	-.094	-.085	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.351	.402	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.745**	1	.698**	-.066	-.064	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.512	.529	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.706**	.698**	1	-.006	-.057	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.952	.576	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	-.094	-.066	-.006	1	.686**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.351	.512	.952		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	-.085	-.064	-.057	.686**	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.402	.529	.576	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Faktor Pribadi	Pearson Correlation	.742**	.754**	.763**	.451**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologis (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Faktor Psikologis
X2.1	Pearson Correlation	1	.290**	.278**	.330**	.317**	.641**
	Sig. (2-tailed)		.003	.005	.001	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.290**	1	.247*	.392**	.192	.657**
	Sig. (2-tailed)	.003		.013	.000	.055	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.278**	.247*	1	.140	.825**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.005	.013		.165	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.330**	.392**	.140	1	.238*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.165		.017	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.317**	.192	.825**	.238*	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001	.055	.000	.017		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Faktor Psikologis	Pearson Correlation	.641**	.657**	.708**	.647**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

4. Hasil Uji Validitas Variabel *Sharia Compliance* (X3)

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Sharia Compliance
X3.1	Pearson Correlation	1	.355**	.431**	.518**	.464**	.740**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.355**	1	.440**	.438**	.408**	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.431**	.440**	1	.538**	.429**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.518**	.438**	.538**	1	.555**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.464**	.408**	.429**	.555**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Sharia Compliance	Pearson Correlation	.740**	.694**	.759**	.805**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Preferensi
Y.1	Pearson Correlation	1	.408**	-.032	.332**	.226*	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000	.754	.001	.024	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.408**	1	.162	.334**	.257**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000		.107	.001	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	-.032	.162	1	.219*	.406**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.754	.107		.029	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Y.4	Pearson Correlation	.332**	.334**	.219*	1	.292**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.029		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.226*	.257**	.406**	.292**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.024	.010	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Preferensi	Pearson Correlation	.604**	.662**	.568**	.664**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							

6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Pribadi (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.631	5

7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Faktor Psikologis (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.699	5

8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Sharia Compliance* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.807	5

9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Preferensi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.632	5

10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65747777
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.067
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

11. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.059	.976		2.111	.037		
	Faktor Pribadi	.364	.074	.395	4.903	.000	.636	1.572
	Faktor Psikologis	.403	.071	.439	5.676	.000	.690	1.449
	Sharia Compliance	.068	.061	.085	1.117	.267	.705	1.418

a. Dependent Variable: Preferensi

12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Faktor Pribadi	Faktor Psikologis	Sharia Compliance	Unstandardized Residual
S p e a r m	Faktor Pribadi	Correlation Coefficient	1.000	.387**	.450**	-.051
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.613
		N	100	100	100	100
	Faktor Psikologis	Correlation Coefficient	.387**	1.000	.356**	-.077

a n' s r h o		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.448
		N	100	100	100	100
	Sharia Compliance	Correlation Coefficient	.450**	.356**	1.000	-.047
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.643
		N	100	100	100	100
		Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.051	-.077	-.047
	Sig. (2-tailed)		.613	.448	.643	.
		N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.603	.591	1.68318

a. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Faktor Psikologis, Faktor Pribadi

14. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.059	.976		2.111	.037		
	Faktor Pribadi	.364	.074	.395	4.903	.000	.636	1.572
	Faktor Psikologis	.403	.071	.439	5.676	.000	.690	1.449
	Sharia Compliance	.068	.061	.085	1.117	.267	.705	1.418

a. Dependent Variable: Preferensi

15. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	413.352	3	137.784	48.634	.000 ^b
	Residual	271.976	96	2.833		
	Total	685.328	99			

a. Dependent Variable: Preferensi
b. Predictors: (Constant), Sharia Compliance, Faktor Psikologis, Faktor Pribadi

Lampiran 4. Dokumentasi

1. Pengisian Kuesioner



2. Kantor Pegadaian UPC Pasar Sampang



3. Surat Keterangan Penelitian

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor: -

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rumbiyati

Jabatan : Pengelola Kantor Pegadaian UPC Pasar Sampang

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Ahlam Fikar

NIM : 1917202195

Jurusan / Fakultas : Perbankan Syariah / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah melaksanakan riset/penelitian dari tanggal 13 Oktober – 20 Desember 2023, dengan judul **“Pengaruh Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan *Sharia Compliance* terhadap Preferensi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) Syariah di PT. Pegadaian UPC Pasar Sampang Cilacap”**.

Semoga hasil risetnya bermanfaat untuk semua pihak.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya.

Sampang, 23 Desember 2023

Pengelola Pegadaian UPC Pasar Sampang,



Rumbiyati

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas Diri**

1. Nama Lengkap : Ahlam Fikar
2. NIM : 1917202195
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 10 Oktober 2000
4. Jenis Kelamin : Laki – Laki
5. Nama Orang tua
Nama Ayah : Hamam Masykur
Nama Ibu : Titin Nuzuliana
6. E-mail : ahlam10fikar10@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI, Tahun Lulus : MI WI Kebarongan, 2012
2. SMP/MTS, Tahun Lulus : MTs WI Kebarongan, 2015
3. SMA/MA, Tahun Lulus : MA WI Kebarongan, 2018
4. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (Dalam Proses)

Kemranjen, 5 Januari 2024



Ahlam Fikar