

**PENGARUH REPUTASI DAN METODE PENAKSIRAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
PADA BANK ACEH SYARIAH KC SISIMANGARAJA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Menenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

OLEH:

SABRINA SAHIDANI DAULAY

1901270071



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
2023**

PERSETUJUAN
SKRIPSI BERJUDUL

**Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan**

SKRIPSI

Oleh

Sabrina Sahidani Daulay

NPM : 1901270071

*Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi
sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat
disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi*

Medan, 25 Agustus 2023

Pembimbing


Isra Hayati, S. Pd, M. Si

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN

**Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah
Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC
Sisimangaraja Medan**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :
Sabrina Sahidani Daulay
NPM : 1901270071

Program Studi Perbankan Syariah

Pembimbing



Isra Hayati, S. Pd. M.Si

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankandalam ujian skripsi oleh :

NAMA MAHASISWA : Sabrina Sahidani Daulay
NPM : 1901270071
PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan

Medan, 25 Agustus 2023

Pembimbing



Isra Hayati, S. Pd. M. Si

DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI

Unggul | Cerdas | Terpercaya



Dr. Rahmayati, S.E.I, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)

Elis mengambang seperti ini agar dibuktikan
Siapa dan tanggungjawabnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, S.E.I, M.E.I
Dosen Pembimbing : Isra Hayati, S. Pd. M. Si

Nama Mahasiswa : Sabrina Sahidani Daulay
Npm : 1901270071
Semester : VIII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
24-7-2023	Perbaikan Instrumen Penelitian		
11-8-2023	Perbaikan Deskripsi Hasil Penelitian		
14-8-2023	Perbaikan abstrak dan kata pengantar		
21-8-2023	Ace Sidang Skripsi		

Medan, 25 agustus 2023

Diketahui/Disetujui
Dekan



Ace Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing

Isra Hayati/S. Pd. M.Si

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh

NAMA MAHASISWA : Sabrina Sahidani Daulay

NPM : 1901270071

PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi

Medan, 25 Agustus 2023

Pembimbing



Isra Hayati, S.Pd. M. Si

**DI SETUJUI OLEH:
KETUA PROGRAM STUDI**



Dr. Rahmayati, S.E.I, M.E.I

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (tiga) Exemplar
Hal : Skripsi

Medan, 25 Agustus 2023

**Kepada Yth: Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di
Medan**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan
seperlunya terhadap skripsi mahasiswa **Sabrina Sahidani
Daulay** yang berjudul "**Pengaruh Reputasi dan Metode
Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan
Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja
Medan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat
diterima dan di ajukan pada sidang Munaqasah untuk mendapat gelar
Strata Satu (S1) dalam Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas
Agama Islam UMSU. Demikianlah kami sampaikan atas
perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Isra Hayati, S. Pd. M. Si

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sabrina Sahidani Daulay
NPM : 1901270071
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan”** merupakan hasil karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 25 Agustus 2023
Yang menyatakan



Sabrina Sahidani Daulay
NPM 1901270071

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

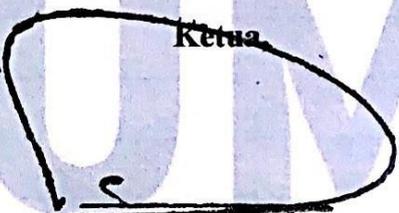
Nama Mahasiswa : Sabrina Sahidani Daulay
NPM : 1901270071
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 05/09/2023
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Selamat Pohan, S. Ag, MA
PENGUJI II : Dr. Salman Nasution, M.A

[Handwritten signature]
05/09/2023

PANITIA PENGUJI

Ketua  **Sekretaris,** 

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA * Dr. Zailani, MA



Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri dan keluarga tersayang

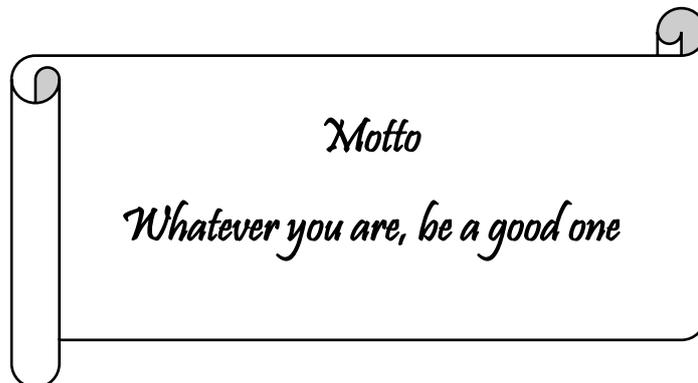
Ayahanda Tercinta Arwin Musollim Daulay

Ibunda Tercinta Nurlela Bangun

Adik Tercinta Muhammad Iqbal Daulay

Dan Grup Skripsweet Fighters

Yang selalu mendo'akan dan menjadi support system terbaik



**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN
KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor: 158 th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

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

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha(dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha

د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	Es dan ye
ص	Saf	S	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik dibawah)
ع	Ain	'	Koamater balik 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	We
ه	Ha	H	Ha

ء	hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
_/	Fattah	A	A
-/	Kasrah	I	I
و_	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي _ /	Fatha dan ya	Ai	A dan i
و _ /	Fatha dan waw	Au	A dan u

Contoh :

- Haula = هولا
- Fa'ala = فعل
- Kaifa = كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ	Fattah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
اِ	Kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
اُ	Dammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh :

- Mata = مَاتَ
- Rama = رَمَى
- Qila = قِيلَ

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah Hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat *fattah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya (t).

2) Ta Marbutah mati

Ta marbutah yang matibmendapat harkat *sukun*, transliterasinya adalah (h).

3) Kalau ada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu pisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

Raudah al-atfal – raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al- Madinah al-fadilah : الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ

al-hikmah : الْحِكْمَةُ

e. Syaddah(tasydid)

Syaddah ataupun tasydid yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syahada* atau tanda *tasdid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh :

- Rabbana : رَبَّنَا
- Najjaina : نَجِينَا
- Al- haqq : الْحَقُّ
- Al- aduwwun : عُدُوٌّ
- Nu'ima : نُعْمٌ

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu : ل, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiyah* di transliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* di transliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiyah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

- Al-zalzalāh : : **الزَّلْزَلَةُ**
- Al-falsafah : **الْفَلْسَفَةُ**
- Al-bilādū : **الْبِلَادُ**

g. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah di transliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- Ta'muruna : **تَأْمُرُونَ**
- Al-nau' : **النُّوعُ**
- Syai'un : **شَيْءٌ**
- Umirtu : **أُمِرْتُ**

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. PENGGUNA huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana itu di dahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- Wa mamuhammadunillarasul

- Inna awwalabaitn wudi'alinnasilal lazibibakkatamubarakan.
- Syahru Ramadan al-lazunazilafihi al-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

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

Contoh :

- Nasrun minallahi wafathun qariib
- Lillahi al-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

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

ABSTRAK

Sabrina Sahidani Daulay, 1901270071. Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja, Pembimbing Isra Hayati, S. Pd. M.Si

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh reputasi dan metode penaksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas pada bank aceh syariah. Pendekatan penelitian pada skripsi ini adalah pendekatan kuantitatif dan data yang digunakan berupa jenis data primer. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah gadai emas pada bank tersebut yaitu berjumlah 150 nasabah, dan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus slovin dengan $n = 60$. Teknik analisis data dengan uji deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Proses pengolahan data menggunakan program SPSS versi 22.0.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,662 < 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih besar dari 0,05 ($0,537 > 0,05$), variabel metode penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,460 > 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam penelitian ini terdapat pengaruh antara reputasi dan metode penaksiran dengan keputusan nasabah dengan dilihat dari $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($28,462 > 3,16$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Adapun nilai determinasi menunjukkan pengaruh yang cukup tinggi pengaruh antar variabel independent ke variabel dependent hal ini ditunjukkan dengan nilai R^2 pada tabel diatas bernilai 0,500 atau senilai 50% . dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti di penelitian ini.

Kata Kunci : Reputasi, Metode Penaksiran, dan Keputusan Nasabah.

ABSTRACT

Sabrina Sahidani Daulay, 1901270071. The Effect of Reputation and Appraisal Methods on Customers' Decisions to Use Gold Pawn Products, Advisor Isra Hayati, S. Pd. M.Si

The purpose of this research is to find out and analyze the effect of reputation and appraisal methods on customers' decisions to use gold pawning products in Islamic banks. The type of research in this thesis is quantitative research and the data used is in the form of primary data. The population used in this study were gold pawning customers at the bank, namely 150 customers, and the sampling technique used the slovin formula with $n = 60$. Data analysis techniques used descriptive tests, data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and test the hypothesis. Processing of data using the SPSS program version 22.0.

The results of the study show that the reputation variable has no significant effect on customer decisions where the value of $t_{count} < t_{table}$ ($0.662 < 2.002$) and its significance level is greater than 0.05 ($0.537 > 0.05$), the valuation method variable has a significant effect on customer decisions where $t_{count} > t_{table}$ ($4.460 > 2.002$) and a significance level that is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$). In this study, there is an influence between reputation and appraisal methods and customer decisions as seen from $f_{count} > f_{table}$ ($28.462 > 3.16$) and a significant level that is smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$). The value of determination shows a fairly high influence between the independent variable and the dependent variable. This is indicated by the R^2 value in the table above, which is 0.500 or 50%. where the rest is influenced by other factors not examined in this study.

Key Word : Reputation, Appraisal, and Customer Decision.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian Metode Kuantitatif yang berjudul **“PENGARUH REPUTASI DAN METODE PENAKSIRAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS PADA BANK ACEH SYARIAH KC SISIMANGARAJA MEDAN”** proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar S1 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam Penyusunan proposal penelitian ini, penulis menyadari dalam penulisan proposal penelitian ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Penyusunan proposal penelitian ini tentu saja tidak terlepas dari adanya bantuan, bimbingan, doa, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis yaitu Ayahanda Arwin Musollim, Ibunda Nurlela Bangun, dan Adik saya Muhammad Iqbal, terima kasih atas kasih sayang yang telah diberikan kepada penulis serta Doa yang tiada henti diberikan dan semangatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani, MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Rahmayati, M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Isra Hayati, S. Pd. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia menyempatkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan proposal ini.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staff Biro Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Kepada Pimpinan dan Staff yang telah memberikan izin kepada penulis sehingga terlaksananya penelitian ini dengan baik.
11. Kepada teman-teman seperjuangan penulis yaitu Skripsweet Fighters yang telah memberi motivasi serta dukungan dalam pengerjaan proposal ini dan tak lupa teman-teman PBS B1 2019 yang telah bersama-sama melewati proses belajar selama perkuliahan.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penulis khususnya. penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini, sekian dan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Medan, Agustus 2023
Penulis

Sabrina Sahidani Daulay
1901270071

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORETIS.....	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Reputasi	7
a. Definisi Reputasi	7
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi.....	9
c. Indikator Reputasi	10
2. Metode Penaksiran	11
a. Definisi Metode Penaksiran	11
b. Tujuan dan Fungsi Penaksiran	12
c. Metode-Metode Penaksiran.....	12
d. Indikator Metode Penaksiran.....	13
3. Keputusan Nasabah	14
a. Definisi Keputusan	14
b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan	16
c. Indikator Keputusan Nasabah	17
4. Gadai Emas	18
a. Definisi Gadai Emas.....	18

b. Akad-Akad Gadai Emas di Perbankan Syariah.....	20
c. Dasar Hukum Gadai Emas	21
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Pemikiran.....	31
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Pendekatan Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Populasi dan Sampel	34
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	35
E. Teknik Pengumpulan Data.....	38
F. Instrumen Penelitian.....	39
G. Uji Prasyarat.....	40
H. Teknik Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Deskripsi Institusi	45
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	55
C. Hasil Penelitian	57
D. Pembahasan	74
BAB V PENUTUP.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Nama Tabel	Judul Tabel	Halaman Tabel
Tabel 1 Penelitian Terdahulu		23
Tabel 2 Rincian Waktu Penelitian.....		35
Tabel 3 Operasional Variabel Penelitian		37
Tabel 4 Lanjutan		38
Tabel 5 Skala Likert		40
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin		56
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....		56
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan		57
Tabel 9 Skor Angket Variabel Reputasi.....		58
Tabel 10 Skor Angket Variabel Metode Penaksiran.....		60
Tabel 11 Skor Angket Variabel Keputusan Nasabah.....		61
Tabel 12 Uji Validitas Variabel Reputasi		63
Tabel 13 Uji Variabel Metode Penaksiran		64
Tabel 14 Uji Variabel Keputusan Nasabah		64
Tabel 15 Uji Reliabilitas		65
Tabel 16 Uji Multikolinearitas		66
Tabel 17 Uji Heteroskedastisitas.....		68
Tabel 18 Uji Autokolerasi.....		69
Tabel 19 Uji Linearitas.....		70
Tabel 20 Analisis Regresi Linear Berganda.....		71
Tabel 21 Uji Parsial t_{test}		72
Tabel 22 Uji Simultan f_{test}		73
Tabel 23 Uji Determinasi Koefisien		74

DAFTAR GAMBAR

<u>Nama Gambar</u>	<u>Judul Gambar</u>	<u>Halaman Gambar</u>
Gambar 1. Kerangka Berpikir		31
Gambar 2. Logo Bank Aceh Syariah		49
Gambar 3. Logo Bank Aceh Syariah		49
Gambar 4. Struktur Organisasi.....		55
Gambar 5 P-Pplot Normalitas		66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah lembaga perantara yang menghimpun uang masyarakat dalam bentuk tabungan atau deposito dan menyalurkannya kepada masyarakat umum melalui kredit atau sarana lainnya. Sehingga perluasan pembiayaan untuk sektor produktif menambah pembangunan fisik modal yang bermanfaat bagi perluasan ekonomi bangsa. Berdasarkan metode yang digunakan untuk memberikan layanan dan menangani lalu lintas pembayaran, bank diklasifikasikan menjadi dua sistem: konvensional dan syariah (Khoiriyah & Fikriyah, 2022)

Dengan berbagai layanan dari bank yang tersedia, sektor perbankan merupakan salah satu mitra bisnis yang dapat diandalkan untuk mendukung kelancaran operasional suatu perusahaan. Gadai emas lebih dikenal sebagai salah satu produk yang diberikan oleh bank syariah karena merupakan salah satu pilihan pembiayaan mereka. Lembaga-lembaga ini akan memberi masyarakat umum cara untuk mengamankan aset dengan imbalan pendanaan.

Penawaran barang atau jasa yang dapat memfasilitasi pemenuhan kebutuhan nasabahnya berjalan seiring dengan perkembangan bank syariah Indonesia. Produk keuangan dan investasi yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia berbeda dengan yang ditawarkan oleh bank-bank mainstream sebelumnya. Bank Syariah Indonesia memiliki populasi mayoritas Muslim dan berkembang dengan cepat. Hal ini bertujuan untuk menjangkau lebih banyak nasabah dengan menawarkan keuntungan, salah satunya adalah produk gadai emas. Masyarakat tertarik untuk menyimpan emas karena merupakan strategi investasi yang paling sederhana. Di mana konsumen dapat menggunakan bisnis gadai seperti perbankan syariah untuk menggadaikan perhiasan atau logam mulia mereka dan selanjutnya menguangkannya untuk uang tunai (Khoiriyah & Fikriyah, 2022).

Menurut (Sutedi, 2011) Gadai (rahn) adalah perbuatan menahan salah satu harta nasabah (rahin) sebagai jaminan (marhun bih) atas hutang atau pinjaman yang telah diperolehnya. Menurut (Antonio, 2001) Dengan mendapat jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya, pihak pemegang atau

pegadaian (murtahin) dapat mengamankan hartanya. Rahn dapat dicirikan sebagai bentuk jaminan utang atau hipotek dengan kata sederhana. Sesuai dengan KUH Perdata Pasal 1150. Gadai adalah hak yang diperoleh kreditur atas barang bergerak, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, yang diberikan kepadanya oleh debitur atau orang lain yang bertindak atas namanya untuk menjamin suatu utang. Hak ini memberi wewenang kepada kreditur untuk menuntut pelunasan barang itu di hadapan kreditur lain, kecuali biaya-biaya untuk melelang barang itu, serta biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memelihara barang itu.

Sebelum memilih untuk menggadaikan sesuatu, kita harus memikirkan hal-hal berikut. Besarnya harga sewa yang harus dibayar, jumlah pinjaman, dan proyeksi nilai barang yang dapat diperoleh sesuai dengan kebutuhan. Akibatnya, hal ini dapat mempengaruhi pilihan yang diambil oleh konsumen pegadaian.

Nasabah dapat dibujuk untuk menggunakan jasa gadai emas dengan nilai estimasi yang tinggi. Pelanggan akan merespon dengan baik jika nilai yang diciptakan oleh barang dan jasa tersebut dapat memuaskan keuntungan bagi kehidupan mereka. Hal-hal seperti inilah yang dimanfaatkan oleh pegadaian, tentunya karena semakin banyak nasabah yang menggadaikan maka omzet pegadaian semakin meningkat.

Produk pembiayaan utang konsumtif dengan menggunakan barang pribadi konsumen sebagai jaminan antara lain gadai emas. Produk gadai merupakan alternatif yang sangat baik untuk pembiayaan tradisional karena tidak memiliki kriteria yang memberatkan atau mempersulit nasabah untuk mendapatkan pinjaman. Cukup dengan memberikan agunan finansial agar masyarakat dapat memperoleh pendanaan baik untuk kebutuhan konsumsi maupun kebutuhan produksi.

Pada umumnya individu akan memilih bank yang menawarkan kemudahan dan reward, sehingga bank seringkali perlu mempertimbangkan apa yang diinginkan dan dibutuhkan nasabah. Orang dapat terinspirasi untuk memilih Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan sebagai tempat menabung jika bank memiliki reputasi positif dan menawarkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Jadi, sangat penting bagi bank untuk mempertahankan merek mereka dan menciptakan barang dan jasa yang lebih baik.

Membangun hubungan kerjasama antara bank syariah dan klien sangat bergantung pada reputasi. Jika sebuah bank syariah layak menjadi mitra kerja sama, itu akan didasarkan pada reputasinya. Sementara kepercayaan adalah komponen kunci dalam membangun kemitraan jangka panjang antara bank syariah dan kliennya, reputasi juga merupakan kepercayaan yang dikembangkan oleh lembaga-lembaga ini. Perspektif atau persepsi orang terhadap bisnis, baik di dalam maupun di luar bisnis, membentuk reputasi yang dibangun. Jika dibandingkan dengan bisnis dengan reputasi buruk, bisnis dengan reputasi kuat akan lebih menarik bagi pelanggan.

Aset yang paling berharga bagi Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan adalah reputasi, meskipun faktanya itu adalah aset tidak berwujud. Manajemen berusaha untuk mengadopsi strategi komunikasi yang diterapkan melalui tindakan dan program yang bertujuan untuk mendekati publik dalam membangun reputasi perusahaan, sehingga perusahaan dapat dianggap baik dan menumbuhkan kepercayaan masyarakat terhadap organisasi.

Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan menetapkan jenis emas yang digadaikan adalah jenis emas kuningan dengan minimal 16 karat. Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan menggunakan metode berat jenis. Ketika menaksir emas perhiasan yang berbentuk polos atau yang tidak berbentuk yang bermacam-macam, kemudian emas tersebut digosok dan setelah itu bisa ditentukan berapa jumlah yang akan diberikan kepada nasabah tersebut. Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan menentukan taksiran pada emas batangan 24 karat yaitu 90% dari nilainya sedangkan untuk perhiasan 22 karat yaitu 80% dari nilainya. Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan menentukan ujang dengan jumlah Rp 4500,- /gram perbulan. Dengan penjelasan tersebut itu nasabah bisa menggadai emas mereka di Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan. Tetapi jumlah nasabah mengalami sedikit nasabah yang memanfaatkan produk gadai jika dibandingkan dengan masyarakat kota Medan yang mayoritas beragama Islam. Pengetahuan masyarakat dalam memahami praktik penaksiran gadai emas syariah bagi lingkungan akademis dan masyarakat yang tidak mengetahui dan meragukan bagaimana praktik dan hukumnya apakah sesuai dengan syariah. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan upaya untuk memuaskan pelanggan dengan cara

mengetahui metode penaksiran sehingga pelanggan tidak berspekulasi bahwa sama dengan pegadaian konvensional.

Untuk menghindari ruang spekulasi, praktik gadai emas pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan perlu ditinjau kembali agar bank Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan dapat bersaing dengan bank konvensional dalam hal produk penghimpunan dana, distribusi uang, dan layanan masyarakat, praktisi perbankan syariah di satu sisi harus beradaptasi dengan tuntutan pasar keuangan. Karena praktek ekonomi yang semakin kompleks membutuhkan produk yang kompetitif dan marketable, maka produk bank syariah harus diinovasi dan dikembangkan. Kepatuhan syariah, di sisi lain, harus dicapai untuk mencegah lembaga Islam disamakan dengan bank konvensional. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dipaparkan, maka peneliti ingin mengetahui **“PENGARUH REPUTASI DAN METODE PENAKSIRAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS PADA BANK ACEH SYARIAH KC SISIMANGARAJA MEDAN”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Persaingan yang semakin ketat dalam memasarkan produk gadai emas
2. Nasabah masih kurang memahami tentang produk gadai emas
3. Nasabah belum mengetahui metode penaksiran gadai emas pada produk gadai emas
4. Nasabah tidak memahami reputasi perusahaan

C. Rumusan Masalah

1. Apakah reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan?
2. Apakah metode penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan?

3. Apakah reputasi dan metode penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan
2. Untuk mengetahui metode penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan
3. Untuk mengetahui reputasi dan metode penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan produk gadai emas, khususnya mengenai pengaruh reputasi dan metode penaksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di bank syariah

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan dalam upaya pengembangan perbankan syariah dalam menarik minat nasabah menggunakan produk gadai emas dengan strategi yang tepat

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi masyarakat memutuskan menggunakan produk gadai emas sehingga dapat dijadikan pertimbangan menggunakan produk tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Agar pembahas proposal skripsi ini tidak keluar dari jalur yang sudah ditentukan dan tersusun lebih tertata, maka dari itu peneliti ingin membagi ke dalam III Bab sebagai berikut:

1. Bab I

Pada Bab ini membahas tentang gambaran umum dan memberikan wawasan menganalisa penelitian yang dilakukan meliputi: latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan

2. Bab II

Pada Bab ini membahas tentang kajian ilmiah yang meliputi teori serta penelitian terdahulu yang relevan. Bab ini juga membahas mengenai kerangka pemikiran dan hipotesis.

3. Bab III

Pada Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang meliputi: pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sample, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, Teknik pengumpulan data, instrument penelitian, uji prasyarat, Teknik analisis data.

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Reputasi

a. Definisi Reputasi

(H. Jasin, S. Mujiatun, M. Fauzi Rambe, 2021) Reputasi merupakan kekuatan yang menunjukkan bahwa reputasi memiliki kualitas di luar perusahaan yang dapat memperkuat produk yang dihasilkan perusahaan. Reputasi adalah tingkat keberhasilan tertinggi yang dapat dicapai perusahaan jika berfokus pada industrinya (bisnis inti). Sebab dengan fokus tersebut, perusahaan akan menunjukkan kompetensi intinya untuk meyakinkan pelanggan akan keahlian perusahaan, yang ditunjukkan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki perusahaan dalam industri yang digelutinya.

Menurut (Iswadi & Tiastity, 2015) Reputasi perusahaan merupakan asil dari penilaian menyeluruh terhadap produk dan layanan perusahaan, termasuk kegiatan komunikasi, dan kontak dengan perwakilan perusahaan, dilihat dari sudut pandang pelanggan sebagai salah satu pemangku kepentingan.

Menurut (Widowati, Ayun Sekar dan Mustikawati, 2018) Bank mungkin perlu mempertimbangkan reputasi. Reputasi bank merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan menabung konsumen. Salah satu faktor yang harus diperhatikan nasabah adalah reputasi bank. Semua departemen perusahaan diharapkan berbagi tanggung jawab untuk mengelola reputasi perusahaan. Bahkan kehilangan reputasi lebih mudah daripada berusaha mendapatkannya, sehingga mengelola reputasi bukanlah tugas yang mudah. Cerita negatif tentang perusahaan dapat langsung merusak reputasi perusahaan.

Menurut (Efris Saputri, 2019) Reputasi perusahaan didasarkan pada jaringan kemitraan pemangku kepentingan, yang digunakan perusahaan untuk membangun solusi bisnis baru dan meningkatkan organisasi pembelajarannya. Terlepas dari reputasi perusahaan yang tersebar luas, namun secara komparatif dapat diganti. Itu pasti sebagian karena fakta bahwa reputasi jarang mendapat perhatian yang layak sebelum ditantang. Reputasi dipandang oleh para ekonom

sebagai sinyal pengkhianat. Menurut teori permainan, reputasi perusahaan dapat membedakan berbagai jenis perusahaan dan menjelaskan perilaku strategis mereka. Signaling Gagasan tersebut menarik perhatian kita pada informasi tentang reputasi konten. Reputasi perusahaan adalah pendapat orang luar tentangnya. Sementara investor luar dalam saham perusahaan menerima lebih sedikit informasi dari manajer tentang tindakan tegas di masa depan, kepercayaan investor bahwa manajer akan bertindak dengan tepat reputasi tumbuh sebagai hasilnya. Para ahli dalam teori permainan memandang reputasi sebagai fungsional karena memengaruhi cara orang lain memahami tujuan dan makna perusahaan di antara pesaing, konsumen, investor, dan publik yang lebih luas. Keyakinan investor terhadap kemampuan manajer untuk mempertahankan reputasinya meningkat dengan pandangan ini, yang menstabilkan interaksi antara bisnis dan komunitas tempat mereka beroperasi.

Menurut (Anastasia Makalew et al., 2016) Reputasi adalah hadiah yang diperoleh bisnis sebagai hasil dari kekuatannya, seperti kemampuannya untuk berinovasi dan memenuhi permintaan konsumen yang terus berubah. Bisnis dapat mengembangkan sejumlah reputasi, termasuk reputasi kualitas, pemasaran, inovasi produk, dan sebagainya. Ketika sebuah korporasi tidak memenuhi tuntutan pasar, reputasinya akan menderita. Pelanggan membutuhkan bisnis, khususnya bank, untuk mengembangkan reputasi kualitas produk yang konsisten melalui detail (spesifikasi). Suatu produk akan sukses di pasar jika kualitasnya konstan dan secara konsisten memenuhi preferensi dan kebutuhan pelanggan.

Menurut (Fadhilah, 2019), Reputasi perusahaan (nama baik) berfungsi sebagai contoh dari total tindakan sebelumnya dan prospek masa depan melalui kebijakan yang dipilih dibandingkan dengan para pesaingnya. Reputasi sebagai persepsi keunggulan yang terkait dengan nama perusahaan. Menurut Porter, reputasi yang tinggi akan meningkatkan efektivitas pemasaran karena mendorong kualitas karyawan, daya saing yang kuat, dan keterlibatan publik jika terjadi masalah.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa reputasi merupakan kekuatan yang menunjukkan bahwa reputasi memiliki kualitas di luar perusahaan yang dapat memperkuat produk yang dihasilkan perusahaan. Sebab dengan 8nali tersebut, perusahaan akan menunjukkan kompetensi intinya untuk meyakinkan

pelanggan akan keahlian perusahaan, yang ditunjukkan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki perusahaan dalam analisa yang digelutinya.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Reputasi Perusahaan

Roper dan Fill (2012:42-46) menyatakan ada beberapa kriteria/elemen yang dapat mempengaruhi corporate reputation/reputasi perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Produk/kualitas layanan (termasuk nilai)

Sangat penting untuk meningkatkan kualitas merek, produk, dan layanan. Nilai yang ditawarkan produk atau layanan merupakan pertimbangan penting selain kualitasnya. Ini adalah gagasan bahwa harga yang relatif lebih tinggi menunjukkan kualitas yang lebih baik di mata konsumen. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi harapan konsumen terhadap penawaran perusahaan.

2. Kepuasan karyawan

Kebahagiaan karyawan diukur dari seberapa puas pekerja dengan pekerjaan dan tempat kerja mereka. Kebahagiaan karyawan sangat penting untuk reputasi perusahaan karena pekerja yang puas cenderung lebih produktif, memiliki tingkat ketidakhadiran yang lebih rendah, dan memiliki tingkat komitmen yang lebih tinggi terhadap bisnis.

3. Kepuasan pelanggan

Perbandingan harapan pribadi dan persepsi pelanggan tentang pengalaman aktual mereka adalah bagaimana kepuasan ditentukan.

4. Customer service

Layanan pelanggan adalah jumlah dari upaya bisnis untuk memuaskan pelanggan dan memenuhi harapan mereka. Ini juga dapat dilihat sebagai kapasitas bisnis untuk mengirimkan barang atau jasa yang telah dijanjikan.

5. Inovation

Cara baru dalam melakukan sesuatu, maupun itu produk baru, produk asli, atau prosedur baru, adalah inovasi.

6. Visi dan Kepemimpinan

Eksekutif bisnis visioner tahu ke mana mereka ingin membawa organisasi mereka. Mereka memiliki kapasitas untuk membujuk orang lain untuk berbagi dan mengadopsi visi mereka dengan memberi mereka bimbingan.

7. Corporate social responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah standar yang ditetapkan oleh perusahaan itu sendiri yang menekankan pada pendekatan etis terhadap strategi bisnisnya. Sebuah bisnis yang melakukan CSR harus menerima tanggung jawab atas perbuatannya, terutama yang berkaitan dengan pemangku kepentingan dan lingkungan.

8. Profitability

Salah satu indikator keberhasilan suatu perusahaan adalah keuntungannya. Namun, sama pentingnya untuk melihat bagaimana reputasi perusahaan dibandingkan dengan para pesaingnya, tidak hanya berapa banyak uang yang dihasilkannya.

9. Posisi pasar

Agar barang yang dijual dapat diterima oleh pelanggan sesuai dengan posisi yang telah ditetapkan suatu merek dalam suatu produk, maka suatu merek harus memiliki hubungan dengan konsumen.

10. Comprehensive reputation

Diakui untuk semua kualitas perusahaan yang sukses adalah tujuan penting bagi organisasi mana pun.

c. Indikator Reputasi

Adapun variabel reputasi dalam penelitian ini yang mengacu pada teori

1. Menurut Boyatzis dalam (Budiman et al., 2019) Kompetensi adalah kemampuan yang dimiliki individu, yang menghasilkan perilaku yang konsisten dengan persyaratan pekerjaan dan kebijakan organisasi, yang pada gilirannya akan menghasilkan hasil yang diinginkan. Kualitas yang diperlukan untuk menghasilkan kinerja yang efektif telah disebut sebagai kompetensi.

2. Keunggulan Perusahaan, Nilai tambah yang dapat menarik minat konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian merupakan keunggulan kompetitif. Semua jenis keunggulan dapat digunakan untuk bersaing. Semakin baik, semakin khas dan berharga bagi konsumen.
3. Kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, Pelanggan biasanya menilai kualitas suatu produk atau layanan berdasarkan apa yang mereka lihat, pahami, atau alami, sehingga sangat penting bagi bisnis untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap barang dan layanan yang disediakan.
4. Nama baik perusahaan, Salah satu tanggung jawab utama perusahaan untuk mempromosikan keberhasilan pemasaran perusahaan mereka adalah mempertahankan reputasi yang baik. Pelanggan akan lebih percaya pada kemampuan pelaku usaha untuk mengoperasikannya jika nama baiknya cukup kuat, dan mereka tidak akan ragu untuk menggunakan atau membeli barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan.

2. Metode penaksiran

a. Pengertian Penaksiran

Menurut (Triandaru Sigit, 2010) penaksiran adalah penilaian yang dilakukan oleh penilai terhadap suatu benda jaminan yang telah diberikan nasabah kepada pegadaian untuk menentukan jumlah uang pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah. Perhitungan dan pengukuran agunan dilakukan sebagai bagian dari penilaian atas kegiatan yang telah dilakukan untuk memperkirakan besarnya pinjaman yang harus dibayarkan kepada debitur.

Menurut (Lupiyoadi Rambat, 2018) Konteks gadai tidak dapat dipisahkan dari proses penilaian, dimana penilai melakukan tugasnya dengan menilai kemurnian dan kandungan emas. Selain itu, penilai akan menghitung jumlah pembiayaan yang dapat dicairkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan telah ditetapkan. Harus ada referensi pencairan yang akan diberikan kepada konsumen karena nilai yang diproyeksikan digunakan untuk mengurangi risiko jika klien tidak mampu mengembalikan pinjaman.

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa penaksiran adalah penilaian yang dilakukan oleh penilai terhadap suatu benda jaminan yang telah diberikan nasabah kepada pegadaian untuk menentukan jumlah uang pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah.

b. Tujuan dan Fungsi Metode Penaksiran

Tujuan Penaksiran didefinisikan oleh (Endang, S.E., 2018) adalah untuk menetapkan nilai wajar dari aset yang dijadikan jaminan untuk menghitung jumlah maksimum pinjaman yang dapat diberikan. Khususnya untuk barang gadai yang berbahan dasar emas. Sedangkan fungsi penaksiran yaitu untuk menetapkan jumlah maksimum pinjaman yang dapat diberikan kepada nasabah sambil memastikan bahwa jaminan yang ditawarkan tidak melebihi atau di bawah nilai pasar.

Menurut (Kasmir, 2014) tujuan penaksiran nilai barang gadai adalah untuk memperkirakan jumlah maksimal pinjaman yang dapat diberikan agar tidak melebihi atau kurang dari harga pasar, dan kepada konsumen sesuai dengan jaminan yang dibuat.

c. Metode -Metode Penaksiran

Menurut (Fatonah, 2019) Adapun metode-metode penaksiran yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan antara lain:

1. Analisis fisik, Pengamatan dan pemeriksaan fisik emas digunakan untuk mengidentifikasinya. Adapun analisis fisik yaitu: ditimbang, dilihat warnanya, dijatuhkan, dilihat cap tanggungannya (karatase)
2. Metode berat jenis emas, dengan mengukur berat jenis emas dan membandingkannya dengan berat jenis standar emas (19,30 gr/cc), metode ini menerapkan hukum Archimedes. Adapun alat yang digunakan yaitu: timbangan, gelas ukur, air murni, tempat timbangan emas dan cawan, pinset, tissue
3. Analisis Kimia, Dengan prosedur ini, pengujian dilakukan dengan mengontraskan goresan emas yang diperiksa dengan laju pelarutan goresan jarum uji yang diketahui. Adapun alat yang digunakan dalam metode ini yaitu: jarum uji emas, tabung reaksi, breaker glass, batu

uji emas, botol air uji, pipet, alat kikir, cairan HCL, kemiri, batu apung, masker, sapu tangan, tissue

4. Petugas penaksir menentukan nilai taksiran, Mengingat besarnya pinjaman bergantung pada nilai barang jaminan, maka besarnya nilai taksiran disesuaikan antara harga emas dengan nilai sebenarnya atau yang dijamin.

Adapun ketentuan menentukan batas terendah pinjaman berdasarkan nilai taksiran jaminan yaitu (SE OJK Nomor 53 /SEOJK.05/2017):

1. Barang jaminan pershian, Uang Pinjaman paling rendah 75% dari nilai taksiran
2. Barang jaminan kendaraan bermotor, paling rendah 70%
3. Barang jaminan selain dimaksud 1, 2, 3 dan 4 paling rendah 50%

Menurut (Harahap, 2020) Nilai proyeksi dapat menjadi pedoman dalam menghitung biaya titipan (ujrah) selain digunakan untuk menilai besaran dana. Biaya ujarah timbul akibat akad yang berkaitan dengan tata cara penyimpanan barang jaminan. Berdasarkan nilai estimasi yang diperoleh dengan menggunakan konstanta x estimasi, ditentukan biaya ujarah.

Menurut (Harahap, 2020) Biaya administrasi yang timbul dari manajemen sejak sebelum akad dimulai sampai dengan akad berakhir ditagihkan kepada klien pembiayaan atas persetujuan kedua belah pihak.

Berdasarkan buku standar Produk Murabahah oleh OJK, klausul biaya dibagi menjadi 3 unsur antara lain:

1. Bank syariah memiliki hak dalam menentukan acuan pengenaan biaya administrasi
2. Besarnya biaya administrasi di luar pembiayaan
3. Biaya administrasi dibayarkan pada saat akad ditandatangani

d. Indikator Metode Penaksiran

1. Kejujuran, Setiap orang harus memiliki sikap kejujuran dalam semua interaksinya, termasuk di tempat kerja. Kejujuran adalah benih dari mana kepercayaan lahir antara dua orang. Disposisi yang tulus juga menjauhkan ketidakpercayaan karena khawatir akan memutuskan hubungan yang telah

terjalin. Karena itu, sangat penting untuk menjadi penaksir gadai emas kafena sangat diperlukan dengan kejujuran.

2. Transparansi, keterbukaan organisasi dalam berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan tentang informasi kegiatan pengelolaan sumber daya publik. Dengan transparansi penaksir tidak ada yang ditutupi Ketika sedang menaksir emas karena itu bisa menjadikan resiko bagi perusahaan

3. ketelitian, melakukan sesuatu tanpa melakukan kesalahan, jika penaksir melakukan kesalahan Ketika menaksir emas nasabah maka itu bisa merusak kepercayaan nasabah. Sehingga ketelitian ini sangat diperlukan Ketika sedang menaksir.

3. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan

Menurut (Fahrudin & Yulianti, 2015) Membuat keputusan adalah langkah dalam proses pemecahan masalah yang melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, mempertimbangkan penelitian yang berbeda, melakukan pembelian, dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian di pihak pelanggan. Kesadaran konsumen akan keinginan dan kebutuhan suatu produk ditentukan oleh evaluasi mereka terhadap sumber yang tersedia, menetapkan tujuan pembelian, mengenali alternatif, dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli yang diikuti dengan perilaku pasca pembelian. Kesadaran konsumen akan keinginan dan kebutuhan suatu produk ditentukan oleh evaluasi mereka terhadap sumber yang tersedia, menetapkan tujuan pembelian, mengenali alternatif, dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli yang diikuti dengan perilaku pasca pembelian.

Menurut (Haris, 2018) definisi keputusan, itu dibuat ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan dari alternatif yang tersedia. Konsumen benar-benar melakukan pembelian pada tahap proses keputusan pembelian, yang juga mencerminkan penilaian terbaik konsumen mengenai apakah akan melakukan pembelian. Setiap aktivitas internal yang dilakukan konsumen telah menghasilkan kesimpulan kualitas yang paling memuaskan tuntutan dan keinginannya.

Menurut Amirullah 2002 yang dikutip oleh (Nurlaeli ida, n.d.) Membuat keputusan melibatkan mengevaluasi dan memilih di antara banyak kemungkinan sesuai dengan kepentingan dengan membuat pilihan yang sedang dievaluasi menguntungkan. Ia diminta untuk berpikir secara sistematis karena pengambilan keputusan melibatkan banyak langkah yang harus dilakukan secara bersamaan dalam pikiran seseorang.

Menurut (Marimin, 2004) Saat membuat keputusan, seseorang dihadapkan pada keadaan yang tidak diketahui, yang berarti bahwa unsur-unsur tersebut cenderung memiliki nilai informasi yang kecil dan kemungkinan besar akan berdampak luas. Pengambilan keputusan yang kompleks atas risiko dan waktu juga memainkan peran penting dalam proses ini.

Menurut (Sinaga et al., 2020) Nasabah atau calon nasabah dapat memilih untuk menabung di bank tertentu berdasarkan berbagai faktor. Membuat keputusan adalah respons yang disengaja terhadap opsi potensial setelah menimbang dengan hati-hati pro dan kontra mereka. Setiap pilihan pada akhirnya akan menentukan arah tindakan atau sudut pandang. Semuanya dimulai ketika kami memiliki kebutuhan untuk bertindak tetapi tidak tahu harus berbuat apa. Karena pilihan itu mungkin tampak logis atau tidak rasional, dan mungkin didukung oleh anggapan yang kuat atau lemah.

Menurut (Aisha & Kurnia, 2022) keputusan menggunakan merupakan perilaku konsumen yang dipengaruhi oleh informasi yang masuk dari berbagai sumber antara lain faktor upaya pemasaran dan faktor lingkungan budaya. Upaya pemasar yaitu penyampaian informasi tentang produk untuk mempengaruhi konsumen agar menggunakan yaitu produk, harga, saluran distribusi, promosi, proses, pendukung fisik, dan orang.

Menurut (Hayati, 2019) Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank, nasabah akan loyal kepada bank, mengulangi lagi membeli produknya dan mempromosikannya kepada orang lain disekelilingnya. Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah.

Dari beberapa penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Membuat keputusan adalah dalam proses pemecahan masalah yang melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, mempertimbangkan penelitian yang berbeda, melakukan pembelian, dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian di pihak pelanggan. Kesadaran konsumen akan keinginan dan kebutuhan suatu produk ditentukan oleh evaluasi mereka terhadap sumber yang tersedia, menetapkan tujuan pembelian, mengenali alternatif, dan kemudian mengambil keputusan untuk membeli yang diikuti dengan perilaku pasca pembelian.

b. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan tersebut merupakan sebuah pendekatan masalah yang terdiri dari lima tahap yaitu sebagai berikut:

- 1. Identifikasi kebutuhan**, tahap awal dari proses pembelian ketika seseorang termotivasi untuk berpikir tentang memperoleh produk atau jasa tertentu dengan stimulus (pikiran, tindakan, atau inspirasi). Kebutuhan seseorang akan barang atau jasa tertentu dipengaruhi oleh stimulus. Dalam situasi “kekurangan” (kebutuhan yang terjadi karena konsumen tidak memiliki barang atau jasa tertentu) atau situasi “keinginan yang tidak terpenuhi”, seorang konsumen akan mengalami kebutuhan untuk membeli barang atau jasa (kebutuhan yang timbul karena ketidakpuasan pelanggan). Dengan produk atau layanan saat ini).
- 2. Pencarian Informasi**, Pencarian informasi dilakukan secara pasif dan proaktif. Konsumen menggunakan ingatan mereka untuk mengambil dan bergantung pada informasi terkait tentang barang atau jasa yang mereka pikirkan untuk dibeli saat melakukan pencarian internal (pasif). Sebaliknya, pelanggan yang melakukan pencarian eksternal (proaktif) mengumpulkan pengetahuan baru dari sumber selain dari pengalaman mereka sendiri, seperti membaca koran atau majalah, menjelajahi situs web perusahaan, mencari informasi di media sosial, dan sebagainya.
- 3. Evaluasi alternatif**, Pelanggan mengumpulkan berbagai alternatif, mengevaluasinya, dan kemudian memilih beberapa untuk membuat keputusan akhir. Model multiatribut, misalnya, dapat digunakan dalam

proses evaluasi yang sistematis, atau proses evaluasi tersebut dapat bersifat nonsistematis (memilih secara acak atau hanya mengandalkan intuisi).

4. Pembelian dan konsumsi, Proses produksi dan konsumsi adalah salah satu pembeda utama antara pembelian produk dan pembelian jasa. Fase pembelian dan penggunaan suatu barang biasanya berbeda. Meskipun pemasaran dan pelanggan terlibat selama tahap pembelian aktual, tahap penggunaan biasanya bebas dari dampak langsung pemasar. Namun, beberapa layanan dibuat dan digunakan secara bersamaan. Akibatnya, penyedia layanan memiliki peluang yang lebih baik untuk secara aktif membantu klien dalam memaksimalkan nilai pengalaman konsumsi mereka.

5. Evaluasi purnabeli, Pembeli mengevaluasi produk setelah melakukan pembelian, membelinya, dan mengkonsumsinya. Konsumen menilai proses pembelian dan produk selama dan setelah digunakan. Ada kemungkinan evaluasi yang tidak memadai akan menghasilkan keluhan pelanggan. Ketidakhakgiaan awal dapat diubah menjadi kepuasan dengan tanggapan yang tepat dari perusahaan terhadap keluhan tersebut. Hasil akhirnya adalah tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan pelanggan, yang kemudian menghasilkan pelanggan yang berkomitmen kuat, bersedia membeli kembali, dan setia, atau bahkan pelanggan yang beralih merek atau berhenti menggunakan kategori produk yang bermasalah.

c. Indikator Pengambilan Keputusan

Menurut (Kotler dan Keller, 2009) dalam pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan menggunakan produk setelah mengetahui informasi produk

Konsumen dapat mengkategorikan kualitas apa saja yang mendorong pembelian suatu produk setelah melalui langkah-langkah penentuan pilihan pembelian, yaitu pencarian informasi dan

pengumpulan berbagai bentuk informasi yang komprehensif tentang produk tersebut, baik secara positif maupun negatif.

b. Menggunakan produk karena merek yang disukai

Karena mereka terkadang memiliki pengalaman penggunaan yang luar biasa, merek yang telah lama menjadi favorit konsumen atau bahan pokok dalam memilih suatu produk akan memiliki kemungkinan lebih besar untuk dipilih untuk dibeli kembali dibandingkan dengan produk merek lainnya.

c. Menggunakan produk karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

Keputusan pembelian biasanya didorong oleh kebutuhan dan keinginan dasar. Kedua faktor ini penting karena konsumen mau atau tidak mau harus segera memenuhinya. Mereka juga didukung oleh aspek psikologis konsumen yang semakin tua dan yakin bahwa mereka harus memiliki produk tersebut.

d. Menggunakan produk karena mendapat rekomendasi

Meskipun rekomendasi dari orang lain merupakan aspek luar saat mengambil keputusan pembelian, namun di sini mereka memiliki pengaruh yang signifikan terhadap psikologi seseorang. Disebut "rekomendasi" karena orang lain telah mencoba produk tersebut dan mendapatkan hasil yang sangat baik, oleh karena itu mereka ingin keluarganya atau orang lain di lingkungannya merasakan hal yang sama.

4. Gadai Emas Syariah

a. Definisi Gadai Emas

Menurut Pasal 1150 KUH Perdata, gadai adalah hak yang diperoleh kreditur atas barang bergerak yang diberikan kepadanya oleh debitur dan yang memberi wewenang kepada kreditur untuk mendahulukan pembayaran atas barang-barang itu atas kreditur lainnya, kecuali biaya untuk melelang barang dan biaya mana yang harus didahulukan.

Menurut (Ratnasari, 2012) Gadai adalah praktek menggadaikan barang kepada pihak ketiga dengan imbalan uang, dengan tujuan agar barang dagangan

ditebus sesuai dengan ketentuan perjanjian antara konsumen dan lembaga pemberi jaminan.

Menurut (Fatonah, 2019) Gadai emas syariah merupakan pilihan pembiayaan yang digunakan di perbankan syariah yang mengandalkan emas sebagai agunan berupa perhiasan atau batangan sebagai alternatif untuk mendapatkan uang tunai secara cepat, aman, dan nyaman. Berbeda dengan pilihan pembiayaan lainnya, nasabah bisa mendapatkan pinjaman tanpa proses yang berbelarut-larut. Akad qardh (keuangan) dan ijarah (biaya sewa/pemeliharaan) digabungkan dalam transaksi gadai emas bank syariah. Nasabah yang menggadaikan barangnya, menurut perkiraan bank, akan menerima pinjaman dengan jumlah tertentu, dan nantinya wajib membayar, menurut perkiraan bank, biaya jasa pemeliharaan emas.

Transaksi gadai dihalalkan menurut syariat islam karena dalam transaksi dagai menggunakan akad rahn. Praktik gadai merupakan hal yang dianjurkan dalam islam, sebagaimana yang telah difirmankan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah: 283, yaitu:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنِ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَمِنَ
بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا
تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Dari beberapa penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Hak gadai adalah klaim hukum yang dimiliki kreditur atas harta bergerak apa pun yang telah diberikan debitur kepadanya. Ini memungkinkan kreditur untuk memprioritaskan pembayaran barang di atas kreditur lain, dengan pengecualian biaya yang terkait dengan penjualan barang di lelang, yang harus didahulukan. Untuk memastikan bahwa barang tersebut ditebus sesuai dengan ketentuan kontrak antara nasabah dan lembaga penjaminan, gadai adalah praktik menggadaikan barang kepada pihak ketiga dengan imbalan uang tunai.

b. Akad-akad Gadai Emas di Perbankan Syariah

Fasilitas pinjaman kepada nasabah dengan skema gadai dilaksanakan berdasarkan akad rahn dimana nasabah menyerahkan barang berharganya kepada bank syariah untuk mendapatkan pembiayaan. Pada akhir masa perjanjian nasabah membayar uang pinjaman ditambah fee dari sewa tempat dan biaya untuk pemeliharaan agunan. Bank syariah akan mengembalikan barang agunan kepada nasabah. Menurut penulis akad yang digunakan adalah akad *rahn*, *qardh*, dan *ijarah*.

a. Akad Rahn

Menurut (Fatonah, 2019) Rahn artinya tetap, abadi, dan jaminan adalah kata Arab untuk “gadai”. Rahn menahan beberapa barang berharga di syara, mereka ditawarkan sebagai jaminan dengan hak, tetapi mereka dapat dipulihkan untuk mendapatkan uang tebusan. Akad Rahn berusaha meningkatkan tingkat kepercayaan debitur pemberi pinjaman. Pada prinsipnya memelihara dan menyimpan barang yang digadaikan adalah milik si pemberi gadai (rahn), meskipun dapat juga dilakukan oleh pihak yang menerima barang yang digadaikan (murtahin), dan rahin bertanggung jawab atas pengeluarannya. Jumlah pinjaman dapat digunakan untuk memperkirakan besarnya biaya ini. Barang yang digadaikan tidak serta merta menjadi milik pihak yang memperoleh hak tanggungan (pihak yang memberikan pinjaman) sebagai pengganti piutang dalam rahn. Dengan kata lain, peran rahn di tangan murtahin (pember utang) terbatas pada bertindak sebagai jaminan utang kepada rahin (debitur). Akan tetapi, debitur tetap memiliki barang yang digadaikan.

b. Akad Qard

Menurut (Muntaqo, 2021) Qardh adalah pinjaman sejenis yang diberikan tanpa menerima imbalan apapun, biasanya untuk membeli barang-barang yang dapat dipertukarkan (yaitu barang-barang yang dapat diperkirakan dan diganti menurut berat, ukuran dan jumlahnya). Qardh adalah meminjamkan sesuatu kepada orang lain tanpa mengharapkan mereka untuk mengembalikannya. Melalui qardh, orang yang berutang dapat melunasi utangnya kepada orang lain dengan cara Allah, tanpa harus membayar kepada pihak yang meminjamkan uang terlebih dahulu. Ini adalah fitur dari kegiatan komersial LKMS, yang dibangun di atas gagasan tolong

menolong. Rahn (gadai syariah), yaitu bank memberikan pembiayaan atau pinjaman kepada nasabah dan nasabah menggadaikan emas yang dimilikinya. Akad produk gadai emas di bank syariah dilakukan sesuai dengan prinsip gadai (rahn) syariah yaitu dengan menggunakan skema qardh dalam rangka rahn.

c. Akad Ijarah

Al-Ajru (upah) dan Al'lwaidhu adalah nama lain dari ijarah (ganti). Ijarah, dalam kata-kata Sayyidn Sabiq adalah akad untuk mendapatkan berkah (Ajran) dengan cara yang berbeda. Pengertian “Manfaat” adalah mengandung pengertian bahwa sesuatu itu bermanfaat sedikit saja dan tidak berubah atau menurun seiring waktu. Sewa dibayar dan tidak ada zat yang digunakan sebagai akibat dari manfaat. Ijarah adalah salah satu akad yang digunakan dalam pegadaian syariah untuk menutupi biaya pemeliharaan barang yang digadaikan. Pinjaman dengan menggunakan transaksi atau akad. Qardh adalah salah satu contoh penggabungan dari beberapa transaksi. Menjaga keamanan agunan berdasarkan transaksi/kontrak yaitu alad rahn. Melakukan transaksi atau akad sewa sebagai tempat penyimpanan barang untuk diamankan yaitu akad ijarah.

c. Dasar Hukum Gadai Emas

Dalam semua hal, transaksi harus dilakukan sesuai dengan ketentuan agama yang ditetapkan, seperti hukum Fatwa DSN, yaitu sebagai berikut.

Fatwa DSN No. 25/DSN-MUI/111/2002 tentang Rahn dan Fatwa Np. 26/DSN-MUI/111/2002 tentang Rahn emas. Landasan gadai, berdasarkan Fatwa DSN No. 25/DSN-MUI/111/2002, yaitu:

Pertama: Hukum

Bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn dibolehkan dengan ketentuan sebagai berikut.

Kedua: ketentuan umum

- 1) Murtahin (penerima barang) mempunyai hak untuk menahan Marhun (barang) sampai semua utang Rahin (yang menyerahkan barang) dilunasi.
- 2) Marhun dan manfaatnya tetap menjadi milik rahin. Pada prinsipnya, marhun tidak boleh dimanfaatkan oleh murtahin kecuali seizin rahin, dengan tidak

mengurangi nilai marhun dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan dan perawatannya.

3) Pemeliharaan dan penyimpanan marhun pada dasarnya menjadi kewajiban rahin, namun dapat dilakukan juga oleh murtahin, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban rahin.

4) Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

5) Penjualan marhun

a) Apabila jatuh tempo, murtahin harus memperingatkan rahin untuk segera melunasi utangnya.

b) Apabila rahin tetap tidak dapat melunasi utangnya, maka marhun dijual paksa/dieksekusi melalui lelang sesuai syariah.

c) Hasil penjualan marhun digunakan untuk melunasi utang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar serta biaya penjualan

d) Kelebihan hasil penjualan menjadi milik rahin dan kekurangannya menjadi kewajiban rahin.

Sedangkan Fatwa DSN MUI No.26/DSN-MUI/III/2002 mengenai gadai emas sebagai berikut:

a. Penggadai (rahn) bertanggung jawab atas semua ongkos dan biaya penyimpanan (rahin).

b. Biaya seperti yang didefinisikan oleh jumlah biaya yang benar-benar diperlukan

c. Akad Ijarah digunakan untuk menentukan biaya penyimpanan barang (marhun)

d. Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, namun akan direvisi dan diubah seperlunya jika di kemudian hari ditemukan kesalahan.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini ada beberapa penelitian yang sebelumnya digunakan sebagai sumber referensi atau sebagai acuan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Adapun studi sebelumnya yang berkaitan dengan studi penulis sebelumnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Siti Khoiriyah dan Khusnul Fikriyah (2022)	Pengaruh Metode Penaksiran Gadai Emas Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Darmo	Kuantitatif pendekatan asosiatif klausal	Hasil pengujian tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara metode penaksiran terhadap keputusan nasabah..pada uji normalitas, hasil uji ini menunjukkan nilai signifikansi $0.252 > 0,05$ sehingga kuisisioner tersebut normal. Pada uji linearitas, hasil uji linearitas diketahui nilai F hitung $0,922 < F$ tabel 2,34. Dimana F tabel diperoleh berdasarkan output SPSS nilai df (6;39) dengan taraf signifikansi 5%, maka nilai F-tabel

				<p>adalah 2,34. Sehingga terdapat hubungan linier antara variabel Metode Penaksiran (X) terhadap Keputusan nasabah (Y). Pada uji heteroskedastisitas, hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan nilai probabilitas $0,79 > 0,05$ atau $0,332 > 0,05$. Sehingga instrumen dinyatakan layak karena tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Pada uji autokorelasi, hasil uji, dapat diperoleh nilai K (Variabel Independen) = 1 dan T (Responden) = 47, maka nilai Du = 1,5739, sedangkan 4-Du = 2,4261. Sehingga model tersebut tidak terjadi gejala</p>
--	--	--	--	---

				autokorelasi karena 1,5739 < 1,992 < 2,4261
2.	Ikka Virganita Nurchayani (2017)	Analisis Metode Penaksiran Emas Pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Area Cirebon	Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (<i>field research</i>)	Hasil penelitian ini penaksir menggunakan 3 metode penaksiran emas yaitu fisik, kimia, berat jenis. Produk pembiayaan gadai emas pada bank tersebut menggunakan akad Qardh Wal Ijarah. Faktor yang dibutuhkan masyarakat dalam pelayanan gadai emas guna untuk meningkatkan produktivitas produk tersebut dengan cara perhitungan pembiayaan berdasarkan barang, biaya administrasi yang lebih murah, kualitas pelayanan,

				proses pencairan dana lebih cepat.
3.	Nirmala Dewi (2021)	Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, Dan Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Barang Gadai Emas (<i>Rahn</i>) Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderating	Menggunakan Penelitian Metode Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pengaruh nilai taksiran dan ijarah berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah sedangkan pengaruh promosi berpengaruh negative terhadap keputusan nasabah. Pada uji normalitas, hasil uji normalitas menggunakan metode kolomogrov-smirnov test didapatkan hasil signifikansi dari hasil uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

				<p>uji test normalitas pada penelitian ini adalah terdistribusi normal. Pada uji multikolinearitas, hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, variabel bebas menunjukkan bahwa nilai VIF=1 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bebas dari multikolinearitas.</p> <p>Pada uji heteroskedastisitas, hasil uji heterokedastisitas menghasilkan nilai secara signifikansi dari variabel bebas atau variabel X sebesar 0,707 di atas dari nilai standar signifikansi 0,05. Sehingga dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi</p>
--	--	--	--	--

				masalah heterokedastisitas
4.	Iqbal Nur Hidayat (2022)	Pengaruh Nilai Taksiran dan <i>Ujrah</i> Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk Cabang Medan Kampung Baru	Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif klusal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah sedangkan <i>ujrah</i> berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah terhadap menggunakan produk gadai emas.
5.	Asrul. SE. MM	Pengaruh Religiusitas, Reputasi Bank dan Perolehan Informasi Terhadap Minat Masyarakat Kota Pariaman Untuk Menabung Di Bank Mandiri Syariah	Menggunakan metode penelitian survey dengan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif.	Hasil dari penelitian ini pengaruh religiusitas dan perolehan informasi secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menabung sedangkan pengaruh reputasi secara parsial tidak berpengaruh. Hasil penelitian

				<p>pengaruh religiusitas, reputasi, perolehan informasi secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung. Dari hasil analisis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y). Karna memiliki nilai t hitung sebesar 2,185 lebih besar dari t tabel 1,687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil analisis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel reputasi bank (X2) tidak berpengaruh</p>
--	--	--	--	--

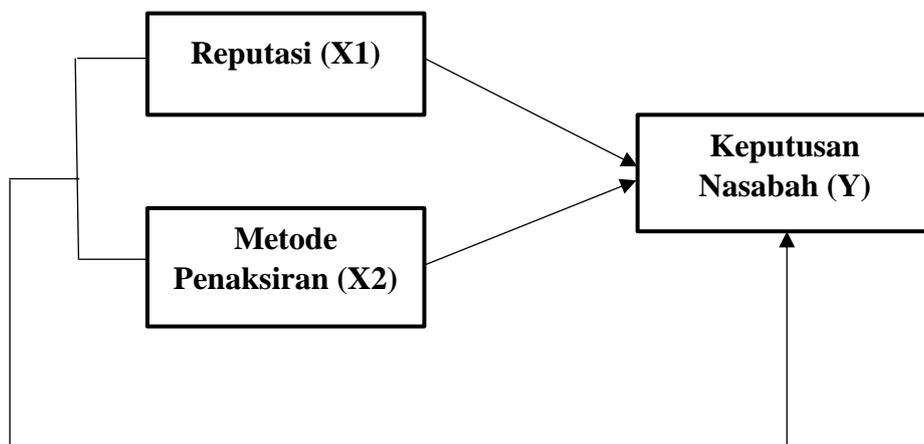
				<p>signifikan terhadap minat menabung (Y). Karna memiliki nilai t hitung sebesar 1,215 lebih kecil dari t tabel 1,687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,232 lebih besar dari 0,05. Dari hasil analisis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel perolehan informasi (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat menabung (Y). Karna memiliki nilai t hitung sebesar 2,936 lebih besar dari t tabel 1,687 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05.</p>
--	--	--	--	--

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat beberapa perbedaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian yang dilakukan, perbedaan periode, dan terakhir perbedaan dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Persamaan penelitian ini dengan yang terdahulu yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif.

C. Kerangka Pemikiran

Peneliti memanfaatkan kerangka berfikir sebagai panduan untuk membantu memfokuskan penelitian agar sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berfikir menjelaskan terkait adanya pengaruh reputasi dan metode penaksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas. Dalam kerangka berfikir ini menggambarkan adanya pengaruh reputasi (X1) dan metode penaksiran (X2) terhadap keputusan (Y) nasabah menggunakan produk gadai emas. Menurut uraian dan penjelasan tersebut maka kerangka berfikir penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 1.
Kerangka Berfikir



D. Hipotesis

Menurut (Juliandi, A., Irfan, I., Manurung, 2015) Hipotesis adalah penjelasan jangka pendek tentang bagaimana peristiwa atau perilaku tertentu mungkin terjadi. Saat merumuskan masalah penelitian, hipotesis adalah firasat atau tanggapan sementara. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel reputasi terhadap variabel keputusan nasabah.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi terhadap variabel keputusan nasabah.

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel reputasi terhadap variabel keputusan nasabah.

2. Pengaruh variabel metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

3. Pengaruh variabel reputasi dan metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi dan metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel reputasi dan metode penaksiran terhadap variabel keputusan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tersebut, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menganalisis hipotesis yang sudah ditetapkan. Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian lapangan. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh reputasi dan metode penaksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian merupakan jadwal waktu penelitian dari awal sampai kesimpulan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan juni sampai dengan juli 2023. Untuk rincian pelaksanaan penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.
Rincian Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2022				2023				2023				2023				2023				2023																	
		Des				Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Juli				Ags				Sept	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pengajuan Judul																																						
2	Penyusunan proposal																																						
3	Bimbingan prosposal																																						
4	Seminar Proposal																																						
5	Pengumpulan data																																						
6	Bimbingan Skripsi																																						
7	Sidang Skripsi																																						

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2010) Seluruh fokus penelitian adalah populasi. Area generalisasi, juga dikenal sebagai populasi, terdiri dari item atau subjek yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian menarik kesimpulan karena memiliki atribut dan karakteristik tertentu. Populasi penelitiann ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan Gadai Emas berjumlah 150.

2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut (Setiawan, 2013) Sampel merupakan terdiri dari item-item yang membentuk populasi. Menurut (Bungin. B, 2005) Dengan asumsi bahwa setiap unit dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, maka pengambilan sampel dilakukan dengan teknik probability sampling. Sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan yang menggunakan produk gadai emas . Peneliti mengumpulkan sampel berdasarkan ukuran populasi. Adapun Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan rumus solvin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + 150 (0,10)^2}$$

$$n = 60 \text{ responden}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

1 = Angka konstanta

e = Standart error yang digunakan, sebesar 10%

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel Penelitian merupakan karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian itu. Variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (variable independent) dikenal sebagai variabel yang ada atau terjadi sebelum variabel dependen. Kehadiran variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya subjek atau masalah penelitian. Yang menjadi variabel bebas pada penelitian ini adalah Reputasi (X1) dan Metode Penaksiran (X2).

2. Variabel Terikat (Variable Dependent) merupakan variabel yang dipengaruhi atau diterangkan oleh variabel lain tetapi tidak dapat memengaruhi variabel yang lain. Yang menjadi variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Nasabah (Y).

Tabel 3.

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Pengukuran
Independen				
Reputasi	Perspektif atau persepsi orang tentang perusahaan, baik di dalam maupun di luar perusahaan (Fombrun, 1996)	Kompetensi, keunggulan perusahaan, kepercayaan pelanggan, nama baik perusahaan	Interval	Likert 1-5
Metode Penaksiran	Hasil penaksiran yang dilakukan petugas terhadap barang jaminan yang telah diberikan nasabah kepada pegadaian untuk menetapkan jumlah pinjaman yang akan diberikan kepada	Kejujuran, Transparansi, Ketelitian	Interval	Likert 1-5

	nasabah Triandaru (2010: 219)			
--	----------------------------------	--	--	--

Tabel 4. Lanjutan

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala	Pengukuran
Dependent				
Keputusan Nasabah	Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang melalui konsumen Kotler (2002: 234)	Kemantapan menggunakan produk setelah mengetahui informasi produk, menggunakan produk karena merek yang paling disukai, menggunakan produk karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan, menggunakan produk karena mendapat rekomendasi	Interval	Likert 1-5

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pembatasan dan metode pengukuran untuk suatu variabel. Definisi operasional variabel disusun dalam bentuk matriks, yang mencakup berikut: nama variabel, deskripsi variabel, alat ukur, hasil ukur, dan skala yang digunakan untuk pengukuran (nominal, ordinal, interval dan perbandingan). Definisi operasional dibuat untuk memfasilitasi dan menjaga konsistensi dalam pengumpulan data, mencegah kesalah pahaman, dan mengurangi ruang lingkup variabel spasial. Definisi operasional variabel yang digunakan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Reputasi (X1) merupakan metode dimana pelanggan mengevaluasi, memahami serta menilai kemampuan perusahaan berdasarkan tanggapan pelanggan terhadap penggunaan produk dan layanan.
- b. Metode Penaksiran (X2) merupakan penilaian atas suatu barang yang dilakukan oleh petugas untuk menentukan jumlah uang pinjaman yang diserahkan kepada nasabah.
- c. Keputusan Nasabah (Y) merupakan tindakan pembelian barang atau jasa yang diputuskan oleh nasabah itu sendiri setelah melalui beberapa proses.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu suatu teknik dalam penelitian untuk mengumpulkan data-data yang bersifat lisan maupun tulisan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan yaitu sebagai berikut:

- a. Angket (questioner) merupakan Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan dan pernyataan kepada responden. Kuisisioner ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Skala likert merupakan mengukur sikap, pendapat dan persepsi tentang masalah sosial (Sugiyono, 2016).
- b. Observasi merupakan pengumpulan data dengan secara langsung meneliti objek penelitian

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, penelitian ini menggunakan instrument data berupa alat ukur guna untuk mengumpulkan data-data penelitian. Data yang dikumpulkan menggunakan Kuesioner. Kuisisioner ini menggunakan skala pengukuran yaitu skal *likert*. Skala *likert* merupakan sekumpulan pertanyaan dan pernyataan yang akan disebar melalui angket dengan mengukur setiap individu dengan ukuran skalanya 1-5 dengan pilihan pertanyaan seperti sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, sangat setuju.

Tabel 5.

Tabel Skala Likert

Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Instrumen penelitian yang digunakan sekurang-kurangnya harus memenuhi persyaratan validitas (validitas) dan reliabilitas (reliabilitas). Perlu dideskripsikan metode uji coba, analisis butir soal, uji validitas, dan uji reliabilitas dalam pengumpulan data teknik pengembangan instrumen. Dalam penelitian ini menggunakan uji kesahihan data yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Menurut (Sujarweni V, 2015) Uji Validitas merupakan suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan signifikan 5%, jika r tabel $<$ r hitung maka valid.

Dalam pengambilan keputusan pada uji validitas adalah:

- a. Jika ditemukan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka valid
- b. Jika ditemukan $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka tidak valid

2. Uji Reliabilitas

Menurut (Indrawati, 2015) Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran suatu pengukuran dapat dipercaya atau dengan kata lain sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (*measurement error*). Reliabilitas merupakan menyangkut nilai kepercayaan, keterandalan, konsistensi, atau kestabilan hasil pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hbukti kuesioner dikatakan layak jika Cronbach 'Alpha $> 0,60$ dan dikatakan jika tidak reliable.

Dalam pengambilan keputusan uji reliabilitas adalah:

- a. Jika nilai $\alpha > \text{nilai } r \text{ tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan reliable
- b. Jika nilai $\alpha < \text{nilai } r \text{ tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak reliable

G. Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas data

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistic parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal. Maksud data tersidtribusi secara normal adalah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal.

Adapun Langkah-langkah pengujainnya yaitu

- a. Jika $\text{Sign} > 0,05$ maka H_0 diterima (data berdistribusi normal)
- b. Jika $\text{Sign} < 0,05$ maka H_a tidak diterima (data berdistribusi tidak normal)

2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor (VIF)*.

Adapun cara pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Apabila nilai $VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas
- b. Apabila nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan suatu varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Adanya uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi memiliki ketimpangan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dikatakan model regresi yang baik yaitu seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melakukan Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode Spearman's rho. Dengan penjelasan pedoman sebagai berikut: (Purnomo, 2016)

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas

4. Uji Autokorelasi

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Uji Autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi di mana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Untuk

menguji ada tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dideteksi dengan uji *Durbin-Watson* (DW test).

Adapun pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Angka DW di bawah -2 maka adanya autokorelasi positif
- b. Angka Dw di antara -2 + 2, maka tidak ada autokorelasi
- c. Angka DW di atas -2 + 2, maka ada autokorelasi negative

5. Uji Linearitas

Uji Linearitas dibutuhkan untuk melihat bentuk hubungan antara variabel bebas X dan variabel terikat Y adalah linear. Dengan ketentuan taraf signifikan sebesar 5% untuk melihat pengaruh variabel X dan Y yaitu Jika data berpola linear maka $\text{sign} > \alpha 0,05$ dan jika data tersebut tidak berpola linear maka $\text{sign} < \alpha 0,05$.

H. Teknik Analisis Data

Analisis Data menjadi bagian penting sebab sebaik apa pun data yang diperoleh jika tidak dianalisis dengan metode yang tepat maka tidak akan dapat memberikan kesimpulan yang tepat. Menurut Sudaryo (2017) terdapat tiga tujuan analisis data: (1) mendapatkan perasaan terhadap data (*feel for the data*), perasaan terhadap data akan memberi ide awal terkait seberapa baik pengukuran yang dilakukan antara lain pengodean, pentabulasian data, dan lain-lain; (2) menguji kualitas data (*goodness of data*). Menguji kualitas data dilakukan untuk analisis faktor, memperoleh Alfa Cronbach atau Teknik belah dua dari Brawn; dan (3) menguji hipotesis penelitian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode uji statistic yang relevan. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan hasil perhitungan dengan hasil table, sehingga dapat disimpulkan hipotesis diterima atau ditolak.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang akan kita ketahui adalah pengaruh variabel bebas: X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat: Y . Seperti yang terlihat pada rumus berikut, persamaan analisis regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Reputasi

X_2 = Variabel Metode penaksiran

e = Variabel Error

b. Pengujian Hipotesis

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum dari fakta-fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data. Jadi hipotesis dapat juga dinyatakan sebagai jawaban empiris. Dalam penelitian ini menggunakan 3 uji hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Uji t (Pengujian hipotesis parsial)

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial/individu variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam hal ini digunakan uji t dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$). Uji hipotesis dengan uji t pada tingkat signifikan 0,05 untuk masing-masing variabel bebas dengan dua sisi masing-masing 0,025. Adapun kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau jika $\alpha = 5\% = 0,05 >$ dari probabilitasnya/nilai signifikansinya

b. Jika t hitung $>$ t tabel maka H_a ditolak dan H_0 diterima atau jika $\alpha = 5\% = 0,05 <$ probabilitasnya/nilai signifikansinya.

2. Uji F (Pengujian hipotesis simultan)

Menurut (Lijan P. Sinambela, 2021) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan/bersama-sama variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, digunakan uji F dilihat dari koefisien regresi variabel independent dengan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$).

Uji hipotesis simultan dengan uji F tingkat signifikan tertentu (jika $\alpha = 5\% = 0,05$) untuk semua variabel bebas secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F hitung terhadap besarnya nilai F tabel. Adapun kriteria pengujian yang digunakan, yaitu:

- a. Jika F hitung $>$ F tabel maka H_a diterima
- b. Jika F hitung $<$ F tabel maka H_a ditolak

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Iswanto, 2021) Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variabel dependen. Nilai R *square* yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai R yang mendekati satu menandakan variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variabel dependen. Nilai yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari dua buah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Institusi

Berdirinya PT. Bank Pembangunan Daerah Aceh yang sebelum menjadi Perseroan Terbatas merupakan prakarsa dari Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Aceh). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan.

Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan Surat Keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 September 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama “PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV” dengan modal dasar ditetapkan Rp25.000.000.

Setelah beberapa kali perubahan Akte, pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan Surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Aceh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisaris terdiri atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hoesin, dan Moehammad Sanusi.

Dengan ditetapkannya Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah, semua Bank milik Pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut. Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh adalah untuk

menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No.10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitalisasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/ KEP/GBI tanggal 8 Februari 1999 tentang Pelaksanaan Program Rekapitalisasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitalisasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan bentuk badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp150 miliar. Sesuai dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No.42 tanggal 30 Agustus 2003, modal dasar ditempatkan PT Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp500 miliar.

Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004.

Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar Perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp1.500.000.000.000 dan perubahan nama Perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411. AH.01.02 Tahun 2009 pada tanggal 9 September 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh

mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP- 44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh Syariah yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.

Pada akhir 2021, Bank Aceh resmi membuka perwakilan kantor cabangnya di Jakarta tepatnya pada tanggal 20 Desember 2021, yang berlokasi di Jalan HOS Cokroaminoto, Menteng, Jakarta Pusat. Dibukanya Kantor Cabang Bank Aceh di Jakarta merupakan representasi dukungan Pemerintah Aceh terhadap aktivitas layanan transaksi perbankan di tengah persaingan sektor perbankan. Kehadiran di Jakarta diharapkan mampu memberikan dukungan bagi akselerasi pengelolaan keuangan, baik kepada sektor privat, swasta, maupun pemerintah daerah.

Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir 2021 Bank Aceh telah memilik 515 jaringan Kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 27 Kantor Cabang, 95 Kantor Cabang Pembantu, 27 Kantor Kas, 25 Payment Point, 12 Mobil Kas dan 316 unit ATM dan 12 Unit CRM tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di Kota Medan. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan.

LOGO BANK ACEH



Bentuk dasar adalah sekuntum bunga Seulanga / Kenanga (*Cananga Odorata / Canangium Odoratum*) yang terkenal akan keharumannya, dengan model ukiran khas Aceh dengan 3 helai kelopak bunga yang mewakili; manajemen Bank Aceh, pemegang saham dan masyarakat Aceh dengan warna: kuning kehijauan – hijau muda – hijau sedang

Gambar 2. Logo Bank Aceh

sebagaimana warna bunga kenanga; melambangkan sebuah pertumbuhan dan kemakmuran serta kesejahteraan masyarakat Aceh yang holistik dan menggambarkan dari semangat manajemen dan karyawan untuk terus berusaha melakukan pengembangan bank, dengan mengedepankan kemitraan sehingga mampu menjadi bank kepercayaan / kebanggaan masyarakat Aceh.

Bentuk elips seperti bulan sabit berwarna merah terbuka bagian atas dengan posisi miring adalah merupakan gambaran semangat Bank Aceh sebagai wadah lembaga keuangan/perbankan yang membuka peluang informasi dan menampung aspirasi nasabah sebagai mitra sesuai dengan dinamika dan perkembangan zaman dengan tidak meninggalkan identitas kedaerahan dan kaidah yang islami.



Gambar 3. Logo Bank Aceh

Letak logo diantara tulisan Bank dan Aceh menggambarkan logo sebagai mediator antara manajemen Bank Aceh dengan masyarakat Aceh, tulisan Bank menggunakan jenis huruf Friz Quardata Regular sedang tulisan Aceh menggunakan jenis huruf Friz Quardata Bold dengan maksud untuk lebih memperlihatkan nama Aceh. Warna hijau tua (lebih tua dari logo sebelumnya) dimaksudkan bahwa Bank Aceh sudah dewasa sehingga lebih matang dalam setiap merencanakan program perbankan.

VISI dan MISI

VISI :

Menjadi Bank Syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia

MISI :

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
2. Memberi pelayanan yang baik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sector usaha kecil, menengah, sector pemerintah, maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (syumul).
4. Memberi nilai tambahan yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan pertama bagi professional perbankan syariah di Aceh.

PRODUK DAN LAYANAN

A. Dana, Adapun beberapa dana yang dimaksud yaitu

1. Deposito Mudharabah, yaitu investasi berjangka waktu tertentu dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan *akad Mudharabah Muthalaqah*, yaitu akad antara pihak pemilik dana (*Shahibul Maal*) dengan pengelola dana (*Mudharib*)
2. Tabungan SIMPEDA iB, yaitu tabungan perorangan yang dapat dimiliki oleh siapapun dengan menggunakan Akad Mudharabah.
3. Tabungan Aneka Guna iB, yaitu Tabungan yang dapat diikuti oleh Perorangan dan Non Perorangan (lembaga dan dayah yang sumber dananya berasal dari Pemda dengan menggunakan akad mudharabah dan wadiah
4. Tabungan Seulanga iB, yaitu produk tabungan Bank Aceh yang diperuntukkan untuk kalangan nasabah menengah ke atas, memberikan tingkat bagi hasil yang lebih tinggi dibandingkan tabungan lainnya dengan fasilitas pemberian hadiah langsung tanpa diundi dengan menggunakan akad mudharabah.
5. Tabungan Firdaus iB, yaitu salah satu produk Tabungan Bank Aceh dimana pemilik dana memberikan kepercayaan penuh kepada Bank untuk mengelola dananya dengan pembagian nisbah/bagian yang telah disepakati sebelumnya dengan menggunakan Akad Mudharabah
6. Tabungan Sahara iB, yaitu tabungan dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang dikhususkan bagi umat muslim untuk memenuhi biaya perjalanan ibadah haji dan umrah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *Wadiah Yad Dhamanah*, yaitu dana titipan murni Nasabah kepada Bank
7. TabunganKu iB, yaitu tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh

bank-bank di Indonesia dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan menumbuhkan budaya menabung dengan Akad Mudharabah

8. Tabungan Pensiun iB, yaitu layanan tabungan bagi Nasabah Pensiun pada Bank Aceh yang diharapkan dapat memberikan layanan khusus bagi para Pegawai Negeri Sipil yang memasuki masa pensiun sebagai wadah menampung pembayaran manfaat dari THT, THT Multiguna, JKK, JKM, Pensiun Non Dapem dan Pensiun Bulanan

B. Pembiayaan

1. Pembiayaan Multi Guna, yaitu pembiayaan yang diberikan kepada seluruh anggota masyarakat dengan sistem jual beli. Dalam hal ini Nasabah sebagai pembeli dan Bank sebagai penjual, harga jual Bank adalah harga beli dari supplier ditambah keuntungan yang disepakati dan tercantum dalam akad.
2. Pembiayaan Kepemilikan Rumah & Pembiayaan Kepemilikan Rumah Sejahtera, yaitu fasilitas pembiayaan yang diberikan Bank Aceh kepada nasabah perorangan untuk pemilik rumah tinggal berupa rumah tapak (landed house) atau rumah susun (apartemen) baru maupun lama untuk dihuni sendiri, dengan agunan rumah tinggal tersebut dan jumlah maksimum pembiayaan ditetapkan berdasarkan nilai agunan dan kemampuan pengembalian nasabah.
3. Pembiayaan Ritel, yaitu aktivitas perniagaan yang melibatkan penjualan barang atau penawaran jasa secara langsung kepada konsumen akhir
4. Pembiayaan Rekening Koran Syariah (PRKS), yaitu suatu bentuk fasilitas pembiayaan modal kerja yang bersifat revolving melalui prinsip bagi hasil secara musyarakah dengan Line Facility dan

penarikan dananya dapat dilakukan sewaktu-waktu melalui penggunaan rekening koran/giro berdasarkan kebutuhan usaha nasabah yang telah disepakati.

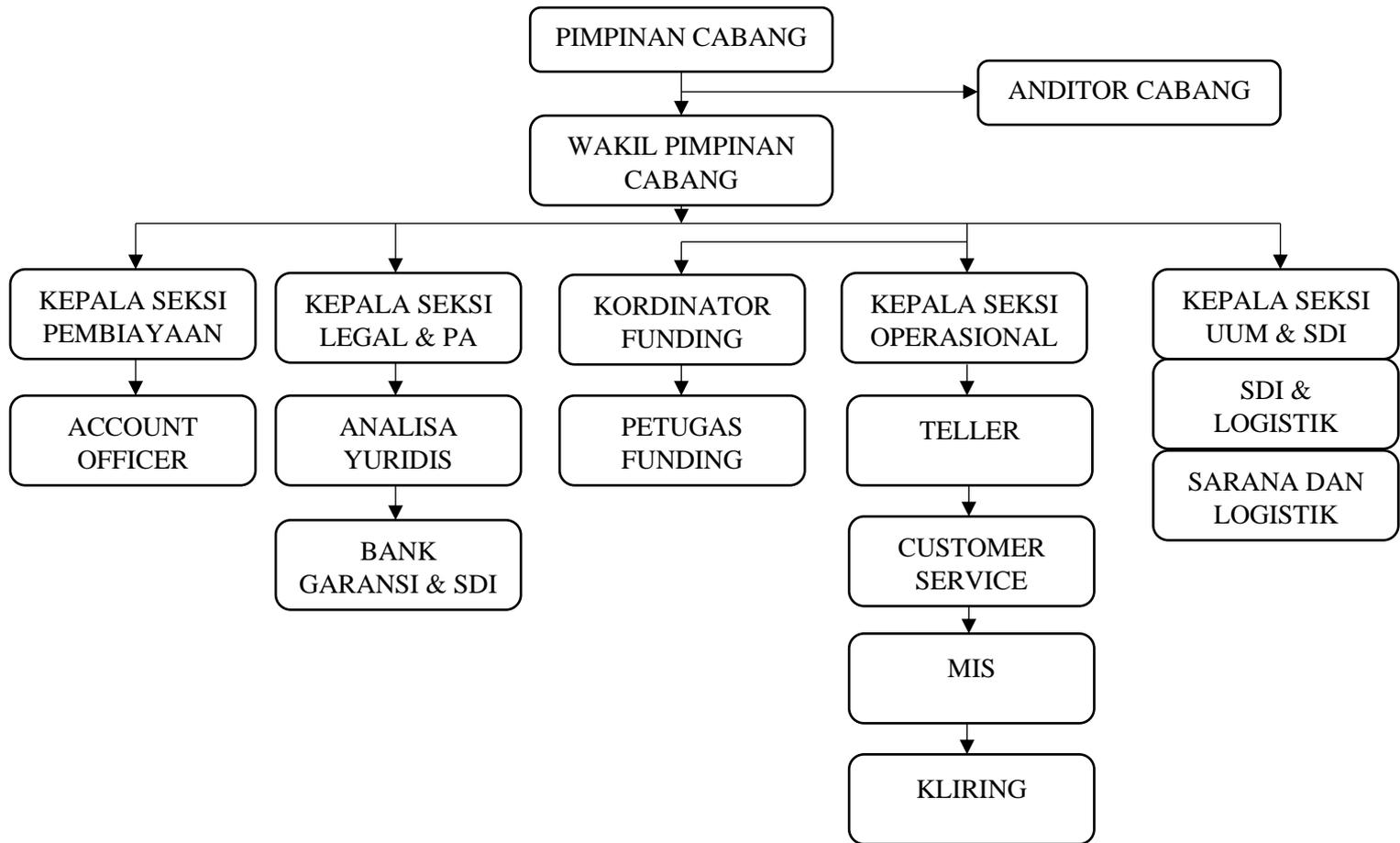
5. Pembiayaan Pensiun
6. Pembiayaan Mikro Bank Aceh, yaitu produk ini diharapkan menjadi salah satu produk pembiayaan unggulan bagi Bank Aceh yang dapat memberikan kemanfaatan yang besar bagi masyarakat karena langsung menyentuh sektor riil ekonomi masyarakat.
7. Rahn (Gadai Emas), yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima. Qardh Beragun Emas adalah solusi tepat dalam memenuhi kebutuhan dana bersifat segera yang sesuai dengan Prinsip Syariah. Proses pencairan sangat mudah dan cepat dengan fasilitas tempat penyimpanan barang jaminan yang aman
8. Bank Garansi Syariah, yaitu salah produk jaminan pada Bank Aceh Syariah, yaitu Jaminan Pembayaran yang diberikan oleh Bank atas permintaan Nasabahnya, kepada pihak penerima jaminan dalam hal Nasabah yang dijamin tidak memenuhi kewajibannya kepada pihak penerima jaminan. Jaminan pembayaran yang berikan oleh Bank merupakan fasilitas non dana (*Non Funded Facility*) menggunakan *akad Kafalah bil Ujrah*

C. Lainnya

1. ATM (Anjungan Tunai Mandiri) Bank Aceh
2. BPDNet Online
3. MEPS (Malaysian Exchange Payment System)

4. SMS Banking
5. M-ATM Bersama
6. Transfer, Kliring, RTGS
7. Pendaftaran Haji
8. Pembelian Pulsa Handphone
9. Pembayaran Tagihan Handphone
10. Pembayaran Listrik, Telepon
11. Penerimaan Pajak
12. Surat Jaminan

STRUKTUR ORGANISASI



Gambar 4. Struktur Organisasi

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah untuk mengetahui Pengaruh Reputasi Dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja Medan. Peneliti telah menyebar angket sebanyak 60 orang, identitas responden yang ditanyakan adalah usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 6.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	26	43.3	43.3	43.3
	Perempuan	34	56.7	56.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Dari tabel diatas terlihat persentase jenis kelamin responden, dimana yang berjenis kelamin laki laki berjumlah 26 orang (43,3%), dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 34 orang (56,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh kelompok jenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 7.

Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-30 Tahun	16	26.7	26.7	26.7
	31-45 Tahun	31	51.7	51.7	78.3
	>45 Tahun	13	21.7	21.7	100.0
Total		60	100.0	100.0	

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Dari tabel diatas terlihat persentase usia responden, dimana yang berusia 17-30 tahun yaitu berjumlah 16 orang (26,7%), disusul dengan usia 31-45 tahun yaitu berjumlah 31 orang (51,7%), dan usia >45 tahun yaitu

berjumlah 13 orang (21,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh kelompok usia 31-45 tahun.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 8.
Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Swasta	21	35.0	35.0	35.0
	Pegawai Negeri	2	3.3	3.3	38.3
	Pegawai BUMD	2	3.3	3.3	41.7
	Wiraswasta	20	33.3	33.3	75.0
	Ibu Rumah Tangga	14	23.3	23.3	98.3
	Guru	1	1.7	1.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Dari tabel diatas terlihat persentase pekerjaan responden, dimana yang memiliki pekerjaan pegawai swasta yaitu berjumlah 21 orang (35%), disusul dengan responden yang memiliki pekerjaan pegawai negeri yaitu berjumlah 2 orang (3,3%), pegawai bumd yaitu berjumlah 2 orang (3,3%), wiraswasta yaitu berjumlah 20 orang (33,3%), ibu rumah tangga yaitu berjumlah 14 orang (23,3%), dan guru berjumlah 1 orang (1,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh kelompok pekerjaan pegawai swasta.

C. Hasil Penelitian

Di bawah ini akan dijelaskan hasil penelitian dari kuesioner yang sudah disebar kepada responden pada nasabah yang terdiri dari 22 pertanyaan/pernyataan yaitu yaitu 8 item pernyataan/pertanyaan tentang

Reputasi, 6 pernyataan/pertanyaan tentang metode penaksiran dan 8 pernyataan/pertanyaan tentang keputusan nasabah. Sebelum dilakukannya pengujian hipotesis penulis akan menjelaskan persentase jawaban responden untuk setiap kuesioner yang sudah disebar. Penelitian ini menggunakan Skala Likert dengan skor 1-5. Di bawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari responden setiap pernyataan atau pertanyaan yang sudah disebar.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu Reputasi (X1), Metode Penaksiran (X2), dan Keputusan (Y). Deskripsi dari pernyataan akan menampilkan opsi jawaban dari setiap responden terhadap setiap item pernyataan yang diberikan peneliti kepada responden.

1. Variabel Reputasi (X1)

Tabel 9.

Skor angket untuk Reputasi (X1)

No. Per	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	19	31,7	34	56,7	6	10,0	1	1,7	0	0	60	100
2	24	40,0	30	50,0	5	8,3	1	1,7	0	0	60	100
3	22	36,7	35	58,3	2	3,3	1	1,7	0	0	60	100
4	26	43,3	33	55,0	0	0	1	1,7	0	0	60	100
5	25	41,7	29	48,3	5	8,3	1	1,7	0	0	60	100
6	32	53,3	24	40,0	3	5,0	1	1,7	0	0	60	100
7	32	53,3	25	41,7	2	3,3	1	1,7	0	0	60	100
8	24	40,0	30	50,0	5	8,3	1	1,7	0	0	60	100

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah memiliki manajemen pengelolaan yang baik pada produk gadai emas, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 34 orang sebesar 56,7%.

- 2) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah memiliki karyawan yang professional dalam menjalankan produk gadai emas, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 30 orang sebesar 50,0%
- 3) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah amanah terhadap jaminan pada produk gadai emas, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 35 orang sebesar 58,3%.
- 4) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah memiliki pelayanan yang baik terhadap produk gadai emas, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 33 orang sebesar 55,0%.
- 5) Jawaban responden tentang mempercayai Bank Aceh Syariah karena telah menjaga data informasi nasabah, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 29 orang sebesar 48,3%.
- 6) Jawaban responden tentang mempercayai Bank Aceh Syariah karena penyimpanan emas yang digadaikan secara baik, dan sebagian besar menjawab sangat setuju dengan jawaban responden sebanyak 32 orang sebesar 53,3%.
- 7) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah memiliki citra yang baik di media cetak maupun media elektronik, dan sebagian besar menjawab sangat setuju dengan jawaban responden sebanyak 32 orang sebesar 53,3%.
- 8) Jawaban responden tentang Bank Aceh Syariah memiliki kinerja keamanan transaksi, dan sebagian besar menjawab setuju dengan jawaban responden sebanyak 30 orang sebesar 50,0%.

Berdasarkan jawaban responden tentang variabel Reputasi (X1) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi yaitu terdapat pada indikator keunggulan perusahaan pada pernyataan ketiga yaitu tentang Bank Aceh Syariah amanah terhadap jaminan pada produk gadai emas, karena amanah tersebut sangat penting terhadap kepercayaan nasabah sehingga mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 35 responden (58,3%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa keputusan nasabah pada bank didasari oleh keunggulan perusahaan.

2. Variabel Metode Penaksiran (X2)

Tabel 10.
Skor Angket Untuk Metode Penaksirann (X2)

No. Per	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	30,0	34	56,7	7	11,7	1	1,7	0	0	60	100
2	19	31,7	39	65,0	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
3	25	41,7	33	55,0	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
4	19	31,7	39	65,0	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
5	31	51,7	26	43,3	2	3,3	1	1,7	0	0	60	100
6	11	18,3	41	68,3	7	11,7	1	1,7	0	0	60	100

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang karyawan Bank Aceh Syariah sangat jujur dalam menghitung berate mas yang digadaikan, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 34 orang sebesar 56,7%.
- 2) Jawaban responden tentang karyawan Bank jujur Ketika menentukan nilai taksiran yang digadaikan sesuai dengan jumlah pinjaman yang diberikan, dan sebagian besar menjawab 39 orang sebesar 65,0%.
- 3) Jawaban responden tentang karyawan Bank Aceh Syariah tidak ada yang ditutupi Ketika proses penaksiran emas pada sitem perhitungan taksiran emas, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 33 orang sebesar 55,9%.

4) Jawaban responden tentang karyawan Bank Aceh Syariah sangat transparan terhadap system informasi gadai emas bagi seluruh nasabah, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 39 orang sebesar 65,0%.

5) Jawaban responden tentang karyawan sangat teliti Ketika menaksir emas yang akan digadaikan nasabah, dan sebagian besar menjawab sangat setuju sebanyak 31 orang sebesar 51,5%.

6) Jawaban responden tentang karyawan sangat teliti terhadap menentukan nilai pinjaman Ketika selesai menaksir, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 41 orang sebesar 68,3%.

Berdasarkan jawaban responden tentang variabel Metode Penaksiran (X2) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi yaitu terdapat pada indikator ketelitian pada pernyataan keenam yaitu tentang karyawan sangat teliti terhadap menentukan nilai pinjaman ketika selesai menaksir, karena ketelitian karyawan sangat berpengaruh terhadap penaksiran serta menentukan nilai pinjaman yang akan diberikan sehingga mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 41 responden (68,3%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa keputusan nasabah pada bank didasari oleh ketelitian karyawan.

3. Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 11.

Skor Angket Untuk Keputusan Nasabah (Y)

No. Per	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	25,0	32	53,3	11	18,3	2	3,3	0	0	60	100
2	27	45,0	32	53,3	0	0	0	0	1	1,7	60	100
3	23	38,3	35	58,3	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
4	27	45,0	31	51,7	1	1,7	1	1,7	0	0	60	100
5	20	33,3	31	51,7	7	11,7	2	3,3	0	0	60	100
6	11	18,3	14	23,3	22	36,7	10	16,7	3	5,0	60	100
7	9	15,0	22	36,7	14	23,3	11	18,3	4	6,7	60	100
8	4	6,7	15	25,0	22	36,7	18	30,0	1	1,7	60	100

Sumber: Hasil Pengelolaan Data (diolah), 2023

Berdasarkan jawaban responden pada tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang mendapatkan informasi gadai emas Bank Aceh Syariah dari brosur, website dan lain-lain, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 32 orang sebesar 53,3%.
- 2) Jawaban responden tentang mengumpulkan informasi gadai emas Bank Aceh Syariah dari berbagai Lembaga perbankan syariah, dan sebagian besar menjawab 32 orang sebesar 53,5%.
- 3) Jawaban responden tentang menggunakan produk gadai emas di Bank Aceh Syariah karena produk tersebut adalah produk unggulan, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 35 orang sebesar 58,3%.
- 4) jawaban responden tentang menggunakan produk gadai emas di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan praktik syariah, sebagian besar menjawab setuju sebanyak 31 orang sebesar 51,7%.
- 5) Jawaban responden tentang menggunakan produk gadai emas di Bank Aceh Syariah karena sesuai dengan keinginan saya, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 31 orang sebesar 51,7%.
- 6) Jawaban responden menggunakan produk gadai emas di Bank Aceh Syariah karena saya membutuhkan untuk memperoleh dana secara cepat, dan sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang sebesar 36,7%.
- 7) Jawaban responden menggunakan produk gadai emas karena rekomendasi dari karyawan Bank Aceh Syariah, dan sebagian besar menjawab setuju sebanyak 22 orang sebesar 36,7%.
- 8) Jawaban responden menggunakan produk gadai emas dikarenakan rekomendasi dari kerabat saya, dan sebagian besar menjawab kurang setuju sebanyak 22 orang sebesar 36,7%.

Berdasarkan jawaban responden tentang variabel Keputusan Nasabah (Y) di atas, dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang mendapatkan persentase tertinggi yaitu terdapat pada indikator menggunakan produk karena merek yang disukai pada pernyataan ketiga yaitu tentang menggunakan produk karena produk tersebut produk unggulan, karena gadai emas adalah produk unggulan di setiap bank syariah sehingga mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 35 responden (58,3%). Dengan demikian dapat dipahami bahwa keputusan nasabah pada bank didasari oleh merek yang paling disukai.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Tujuan adanya uji validitas yaitu untuk mengetahui tingkat valid atau tidaknya suatu instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data atau mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan pada pusat apa yang diteliti. Hasil r hitung di bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikan 5%, jika r tabel $<$ r hitung maka valid. Berikut hasil pengujian validitas data instrumen penelitian pada variabel Reputasi (X1), Metode Penaksiran (X2), dan Keputusan nasabah (Y) yang sudah di uji.

1) Variabel Reputasi (X1)

Tabel 12.

Uji Validitas Instrumen Angket Reputasi (X1)

No. Item	Nilai Kolerasi r_{hitung}	Nilai Ketentuan r_{tabel}	Keterangan
1	0,673	0,254	Valid
2	0,741	0,254	Valid
3	0,715	0,254	Valid
4	0,590	0,254	Valid
5	0,663	0,254	Valid
6	0,670	0,254	Valid
7	0,624	0,254	Valid

8	0,706	0,254	Valid
---	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai r_{hitung} untuk variabel Reputasi, semuanya bernilai diatas 0.254, artinya semua instrumen Reputasi semuanya bersifat valid dan bisa diteliti lebih lanjut.

2) Variabel Metode Penaksiran (X2)

Tabel 13.

Uji Validitas Instrumen Angket Metode Penaksiran (X2)

No. Item	Nilai Kolerasi r_{hitung}	Nilai Ketentuan r_{tabel}	Keterangan
1	0,696	0,254	Valid
2	0,747	0,254	Valid
3	0,728	0,254	Valid
4	0,622	0,254	Valid
5	0,728	0,254	Valid
6	0,627	0,254	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai r_{hitung} untuk variabel Metode Penaksiran, semuanya bernilai diatas 0.254, artinya semua instrumen Metode Penaksiran semuanya bersifat valid dan bisa diteliti lebih lanjut.

3) Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Tabel 14.

Uji Valisitas Instrumen Angket Keputusan Nasabah (Y)

No. Item	Nilai Kolerasi r_{hitung}	Nilai Ketentuan r_{tabel}	Keterangan
1	0,671	0,254	Valid

2	0,592	0,254	Valid
3	0,439	0,254	Valid
4	0,401	0,254	Valid
5	0,581	0,254	Valid
6	0,746	0,254	Valid
7	0,634	0,254	Valid
8	0,713	0,254	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan data tabel uji validitas instrumen pada variabel penelitian di atas, terlihat nilai r_{hitung} untuk variabel Keputusan Nasabah, semuanya bernilai diatas 0.254, artinya semua instrumen Keputusan Nasabah semuanya bersifat valid dan bisa diteliti lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu prosedur yang digunakan untuk memeriksa apakah alat pengukur akurat dan dapat diandalkan. Artinya adalah apakah kuesioner penulis akan tetap memberikan hasil yang sama jika diberikan berulang kali di lain waktu. Menurut (Ghozali, 2018) untuk mengetahui reliable atau tidaknya suatu variabel maka dilakukan uji statistik dengan melihat nilai Cronbach Alpha. Dengan kriteria yang dapat digunakan yaitu jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel adalah “reliable”.

Tabel 15.

Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach' Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Reputasi (X1)	0,828	0,6	Reliabel
Metode Penaksiran (X2)	0,781	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,747	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

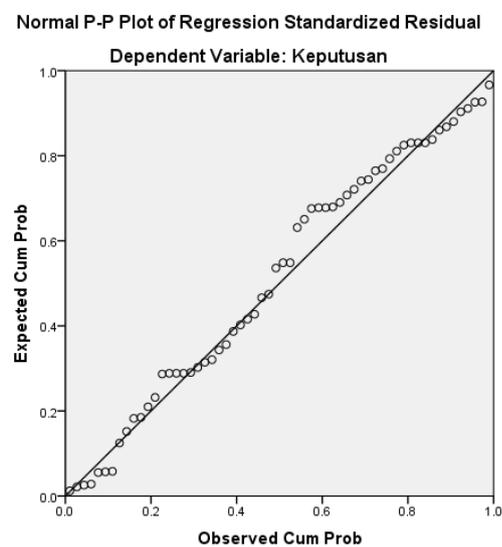
Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpertasi reliabilitas lebih tinggi dari 0,60 dengan demikian seluruh instrumen variabel

penelitian ini adalah reliabel atau layak, sehingga data yang digunakan untuk analisis berikutnya juga layak, karena reliable (dapat dipercaya).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah tersebut, model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 5. P-Pgamabrplot Normalitas

Gambar di atas menunjukkan bahwa model regresi telah sesuai dengan asumsi yang telah disebutkan sebelumnya, hal ini membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini cenderung normal berdasarkan fakta bahwa distribusinya mengikuti garis diagonal pada gambar di atas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent.

Jika variabel independent saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.557	4.043		.385	.702		
Reputasi	.102	.164	.089	.622	.537	.430	2.327
Metode Penaksiran	1.015	.228	.637	4.460	.000	.430	2.327

a. Dependent Variable: Keputusan
tidak orthogonal. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilihat dari *Value Inflation Factor (VIF)*.

Tabel 16.

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (dioalah), 2023

Dari tabel di atas dapat diketahui ketiga variabel independent yaitu X1 dan X2, memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel independent penelitian ini karena cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (Variance Inflation Factor / VIF) dimana nilai tolerance bernilai lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF lebih kecil dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Dalam model regresi, pemodelan regresi dinyatakan efektif jika tidak terjadi Heteroskedastisitas. Pengujian ini menggunakan metode Spearmans' rho dengan penjelasan sebagai berikut:

a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

			Correlations		
			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.473**	.009
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.943
		N	60	60	60
		<hr/>			
	X2	Correlation Coefficient	.473**	1.000	-.081
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.540
		N	60	60	60
		<hr/>			
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.009	-.081	1.000
		Sig. (2-tailed)	.943	.540	.
		N	60	60	60

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

Tabel 17.

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Tabel diatas menjelaskan bahwa:

a) Nilai sig (2-tailed) X1 = 0,943 $>$ 0,05

b) Nilai sig (2-tailed) X2 = 0,540 $>$ 0,05

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

d. Uji Autokolerasi

Uji Autokorelasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi di mana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya sendiri. Maksud korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai variabel sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi maka dapat dideteksi dengan uji *Durbin-Watson* (DW test). Uji ini dilakukan dengan menggunakan analisis Durbin Watson (DW) test. Pengambilan keputusan pada asumsi ini memerlukan dua nilai bantu yang diperoleh dari tabel Durbin Watson, yaitu nilai d_l dan d_u untuk K = jumlah variabel bebas dan n = jumlah sampel. Jika nilai DW berada diantara nilai d_u hingga $(4 - d_u)$, berarti asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi. Untuk mengetahui nilai ketentuan DW dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dengan $n = 60$, $K = 2$, maka akan diperoleh nilai batas bawah DW (d_l) = 1.35 dan Nilai Batas Atas DW (d_u) = 1.48 dan $4 - d_u = (4 - 1.48) = 2.52$ untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel model summary di bawah ini.

Tabel 18.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.500	.482	2.943	1.764

a. Predictors: (Constant), Metode Penaksiran, Reputasi

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan bahwa nilai DW test sebesar = 1.764 hal ini dapat dijelaskan bahwa data menunjukkan pada kriteria pertama yaitu $\leq Dw \leq + 2$, dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berarti tidak ada autokorelasi dengan rincian simpulan hasil sebagai berikut:

1. Angka DW di bawah -2 ($DW < -2$) berarti ada autokorelasi positif.

2. Angka DW di antara -2 sampai +2 atau $\leq DW \leq + 2$ berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka DW di atas +2 atau $DW > +2$ berarti ada autokorelasi negatif.

e. Uji Linearitas

Uji Linearitas dibutuhkan untuk melihat bentuk hubungan antara variabel bebas X dan variabel terikat Y adalah linear. Dengan ketentuan taraf signifikan sebesar 5% untuk melihat pengaruh variabel X dan Y yaitu Jika data berpola linear maka $\text{sign} > \alpha 0,05$ dan jika data tersebut tidak berpola linear maka $\text{sign} < \alpha 0,05$. Adapun hasil pengujian linearitas pada tabel di bawah ini.

Tabel 19.

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *	Between Groups	(Combined) Linearity	306.916	35	8.769	1.126	.386
Unstandardized Predicted Value		Deviation from Linearity	.000	1	.000	.000	1.000
			306.916	34	9.027	1.159	.358
	Within Groups		186.908	24	7.788		
	Total		493.824	59			

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh sign adalah 0,358 berarti dalam hal ini sign lebih besar dari $\alpha (0,358 > 0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa antara variabel dependent dan independent memiliki hubungan yang linear atau berpola linear.

3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Analisis Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.557	4.043		.385	.702
Reputasi	.102	.164	.089	.622	.537
Metode Penaksiran	1.015	.228	.637	4.460	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga yang akan kita ketahui adalah pengaruh variabel bebas: X_1 dan X_2 terhadap variabel terikat: Y . Seperti yang terlihat pada rumus berikut, persamaan analisis regresi linier berganda yaitu:

Tabel 20.

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

$$Y = 1.557 + 0.102 X_1 + 1.015 X_2 + e$$

Penjelasannya:

- 1) Nilai konstanta sebesar = 1,557 menunjukkan variabel independen yaitu Reputasi dan Metode Penaksiran dalam keadaan konstan tidak mengalami perubahan (sama dengan 0) maka akan menaikkan rasa keputusan nasabah senilai 15,57%.
- 2) Nilai koefisien regresi X_1 adalah sebesar 0,102 menunjukkan bahwa jika Reputasi mengalami peningkatan maka akan menaikkan rasa keputusan nasabah senilai 1,02%.

- 3) Nilai koefisien regresi X2 adalah sebesar 1,015 menunjukkan bahwa jika Metode Penaksiran mengalami peningkatan maka akan menaikkan rasa keputusan nasabah senilai 10,15%.

b. Uji t (Pengujian hipotesis parsial)

Uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial), dengan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.557	4.043		.385	.702
Reputasi	.102	.164	.089	.622	.537
Metode Penaksiran	1.015	.228	.637	4.460	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

menganggap variabel lainnya konstan. Dengan jumlah sampel 60 dan df-2-1 (60-2-1 = 57) dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh t hitung sebesar 1,296, dimana kriteria pengujiannya adalah:

- Jika t hitung < t tabel maka Ha diterima dan H0 ditolak atau jika $\alpha > 0,05$ maka tidak signifikan.
- Jika t hitung > t tabel maka Ha ditolak dan H0 diterima atau jika $\alpha < 0,05$ maka signifikan

Tabel 21.

1) Pengujian Reputasi dengan Keputusan nasabah

Pada tabel di atas terlihat untuk nilai t adalah 0,662 dan taraf signifikannya adalah 0,537, dalam penelitian ini Reputasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah terlihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,662 < 2,002) dan taraf signifikannya yang lebih besar dari 0,05 (0,537 > 0,05). Dalam hal ini H0

diterima artinya Reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

2) Pengujian Metode Penaksiran dengan Keputusan nasabah

Pada tabel di atas terlihat untuk nilai t adalah 4,460 dan taraf signifikannya adalah 0,000, dalam penelitian ini Metode Penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,460 > 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam hal ini H_0 ditolak artinya Metode Penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

c. Uji f (Pengujian hipotesis secara simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan/bersama-sama variabel independent berpengaruh terhadap terhadap variabel dependen, digunakan uji F dilihat dari koefisien regresi variabel independent dengan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$).

Uji hipotesis simultan dengan uji F tingkat signifikan tertentu (jika $\alpha = 5\% = 0,05$) untuk semua variabel bebas secara bersama-sama. Pengujian dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F hitung terhadap besarnya nilai F tabel. Adapun kriteria pengujian yang digunakan, yaitu:

- d. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima
- e. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	493.159	2	246.580	28.462	.000 ^b
Residual	493.824	57	8.664		
Total	986.983	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Metode Penaksiran, Reputasi

Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Tabel 22.

Dari tabel di atas terlihat f_{hitung} 28,462 dan signifikan bernilai 0,000, untuk masing-masing variabel bebas, untuk uji kesalahan 5% (0,05) uji 2 pihak $dk=n-2-1$ ($60-2-1 = 57$) diperoleh nilai $f_{tabel} = 3,16$. Dalam penelitian ini Reputasi dan Metode Penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah, hal ini terlihat dari $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($28,462 > 3,16$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak artinya secara simultan Reputasi dan Metode Penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk mengetahui jumlah besaran persentase yang dari variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat nilai dari koefisien determinasi ini bisa dilihat pada tabel di bawah

Tabel 23.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.482	2.94340

a. Predictors: (Constant), X2, X1
Sumber Hasil Pengelolaan Data SPSS (diolah), 2023

Tabel di atas menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,500 berarti 50% hal ini memiliki arti bahwa 50% variabel (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independent yaitu Reputasi (X1), Metode Penaksiran (X2), sedangkan sisanya sebesar 50% dapat dijelaskan oleh variabel independent lainnya yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan diperjelas melalui hipotesis penelitian sejalan dengan analisis data yang telah dilakukan dan dikaitkan dengan temuan-temuan penelitian sebelumnya serta didukung oleh teori, untuk lebih jelasnya berikut ini dapat diuraikan secara lebih rinci:

1. Pengaruh Reputasi (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Menurut (Widowati, Ayun Sekar dan Mustikawati, 2018) Bank mungkin perlu mempertimbangkan reputasi. Reputasi bank merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan menabung konsumen. Salah satu faktor yang harus diperhatikan nasabah adalah reputasi bank. Semua departemen perusahaan diharapkan berbagi tanggung jawab untuk mengelola reputasi perusahaan. Bahkan kehilangan reputasi lebih mudah daripada berusaha mendapatkannya, sehingga mengelola reputasi bukanlah tugas yang mudah. Cerita negatif tentang perusahaan dapat langsung merusak reputasi perusahaan. Adapun indikator dari reputasi yaitu kompetensi, keunggulan perusahaan, kepercayaan pelanggan, nama baik perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian di atas variabel Reputasi (X1) terlihat untuk nilai t adalah 0,662 dan taraf signifikannya adalah 0,537, dalam penelitian ini Reputasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah terlihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,662 < 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih besar dari 0,05 ($0,662 > 0,05$). Dalam hal ini H_0 diterima artinya Reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan (Efris Saputri, 2019) yang menyimpulkan bahwa hasil pengujian secara langsung variabel Reputasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Pengaruh Metode Penaksiran (X1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Menurut (Triandaru Sigit, 2010) penaksiran adalah penilaian yang dilakukan oleh penilai terhadap suatu benda jaminan yang telah diberikan

nasabah kepada pegadaian untuk menentukan jumlah uang pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah. Pertabelan dan pengukuran agunan dilakukan sebagai bagian dari penilaian atas kegiatan yang telah dilakukan untuk memperkirakan besarnya pinjaman yang harus dibayarkan kepada debitur. Adapun tujuan dari penaksiran yaitu untuk menetapkan nilai wajar dari aset yang dijadikan jaminan untuk menghitung jumlah maksimum pinjaman yang dapat diberikan. Khususnya untuk barang gadai yang berbahan dasar emas. Sedangkan fungsi penaksiran yaitu untuk menetapkan jumlah maksimum pinjaman yang dapat diberikan kepada nasabah sambil memastikan bahwa jaminan yang ditawarkan tidak melebihi atau di bawah nilai pasar.

Berdasarkan hasil penelitian di atas variabel Metode Penaksiran terlihat untuk nilai t adalah 4,460 dan taraf signifikannya adalah 0,000, dalam penelitian ini Metode Penaksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,460 > 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam hal ini H_0 ditolak artinya Metode Penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan (Khoiriyah, S., & Fikriyah, K. 2022) yang menyimpulkan bahwa hasil pengujian secara langsung variabel Metode Penaksiran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Pengaruh Reputasi (X1) dan Metode Penaksiran (X2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Menurut (Fadhilah, 2019), Reputasi perusahaan (nama baik) berfungsi sebagai contoh dari total tindakan sebelumnya dan prospek masa depan melalui kebijakan yang dipilih dibandingkan dengan para pesaingnya. Reputasi sebagai persepsi keunggulan yang terkait dengan nama perusahaan. Menurut Porter, reputasi yang tinggi akan meningkatkan efektivitas pemasaran karena mendorong kualitas karyawan, daya saing yang kuat, dan keterlibatan publik jika terjadi masalah. Menurut (Lupiyoadi Rambat, 2018) Konteks gadai tidak dapat dipisahkan dari proses penilaian,

dimana penilai melakukan tugasnya dengan menilai kemurnian dan kandungan emas. Selain itu, penilai akan menghitung jumlah pembiayaan yang dapat dicairkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan telah ditetapkan. Harus ada referensi pencairan yang akan diberikan kepada konsumen karena nilai yang diproyeksikan digunakan untuk mengurangi risiko jika klien tidak mampu mengembalikan pinjaman. Menurut (Haris, 2018) definisi keputusan, itu dibuat ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan dari alternatif yang tersedia. Konsumen benar-benar melakukan pembelian pada tahap proses keputusan pembelian, yang juga mencerminkan penilaian terbaik konsumen mengenai apakah akan melakukan pembelian. Setiap aktivitas internal yang dilakukan konsumen telah menghasilkan kesimpulan kualitas yang paling memuaskan tuntutan dan keinginannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan pada data tabel Anova^a uji f secara simultan diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 28,462. Analisa temuan dilakukan dengan cara membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} , dengan demikian dapat diasumsikan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut menunjukkan bahwa secara uji simultan adanya pengaruh signifikan antara variabel Reputasi (X1), Metode Penaksiran (X2) dan Keputusan Nasabah (Y). Sementara itu untuk nilai R^2 didapat sebesar 0,500 yang berarti bahwa pengaruh Reputasi (X1) dan Metode Penaksiran (X2) terhadap Keputusan Nasabah (Y) sebesar 50% dan sisanya 50% dipengaruhi oleh faktor lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraj Medan Sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t), Reputasi memiliki nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,662 < 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih besar dari 0,05 ($0,537 > 0,05$). Dalam hal ini H_0 diterima artinya Reputasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t), Metode Penaksiran memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,460 > 2,002$) dan taraf signifikannya yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam hal ini H_0 ditolak artinya Metode Penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
3. Berdasarkan hasil uji simultasi (uji-f), $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($28,462 > 3,16$) dan taraf signifikan yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dalam penelitian ini H_0 ditolak artinya secara simultan Reputasi dan Metode Penaksiran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

B. Saran

1. Bank harus lebih berinovasi produk dan layanan yang sesuai dengan identitas bank untuk meningkatkan reputasi yang semakin baik. Untuk meningkatkan rasa senang atau kesukaan masyarakat terhadap perbankan syariah, bank harus selalu konsisten dalam menjunjung tinggi pelatihan perbankan syariah kepada mereka agar meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah.
2. Sebaiknya selalu diupayakan peningkatan standar pelayanan dan taktik pemasaran, khususnya untuk barang gadai emas agar dapat menarik minat konsumen dan meningkatkan jumlah masyarakat yang menggunakan jasa gadai emas.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independent yang lainnya karena masih banyak variabel-variabel yang berpengaruh terhadap keputusan menggadai emas di bank syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, N., & Kurnia, E. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital “OVO.” *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 153–163. <https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/view/131%0Ahttps://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/jeb/article/download/131/88>
- Anastasia Makalew, G., L. Mananeke, L., & N. Tawas, H. (2016). Analisis Pengaruh Reputasi Merek, Kualitas Layanan, dan Loyalitas Nasabah Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Nasabah Taplus Anak PT Bank Negara Indonesia (PERSERO) Tbk Kantor Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*, 4(3), 531–544.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press.
- B, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Prenada Media Group.
- B, S. (2013). *Menganalisa Statistik Bisnis dan Ekonomi dengan SPSS 21*.
- Budiman, N. P., Searang, I. S., & Sendow, G. M. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi, Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Hasjrat Abadi Tendean Manado). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Efris Saputri, E. J. (2019). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil Dan Bunga, Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah Dan Bank Konvensional Di Kota Jambi. *Jurnal Riset Akuntansi Jambi*, 2(2), 38–46. <https://doi.org/10.35141/jraj.v2i2.492>
- Endang, S.E., M. . (2018). *Menentukan Jumlah Pinjaman Nasabah Pada*. VII(2), 12–21.
- Fadhilah, A. (2019). ATM CRIME : Pengaruh Reputasi Bank & Penanganan Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating Pada Bank BRI Kediri Bagian Selatan-Jawa Timur Pasca Kasus

- Skimming ATM. *At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(1), 1–16.
- Fahrudin, M. F., & Yulianti, E. (2015). *layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya*. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i1.385>
- Fatonah, S. (2019). Analisis Implementasi Rahn, Qardh Dan Ijarah Pada Transaksi Gadai Emas Syariah Pt. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 3(2), 245. <https://doi.org/10.32678/bs.v3i2.1908>
- Harahap, A. P. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. CV. Jakad Media Publishing.
- Haris, F. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Helmi Hendra Cikjing). *Ilmiah Manajemen & Akuntansi*, 5.
- Hayati, I. (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam*, 1.
- Indrawati. (2015). *Metodologi Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Refika Aditama.
- Iswadi, A., & Tiastity, R. (2015). Analisa Pengaruh Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15, 2.
- Iswanto, A. (2021). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba. *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)*, 9(2), 669–681. <https://doi.org/10.24252/msa.v9i2.24821>
- Jasin, H., Mujiatun, S., Fauzi Rambe, M., & Bahagia Siregar, R. (2021). Apakah Kepercayaan Memediasi Pengaruh Reputasi Bank dan Religiusitas Terhadap Purchase Intention? *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 86–102. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.5630>

- Juliandi, A., Irfan, I., Manurung, s. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. UMSU PRESS.
- Khoiriyah, S., & Fikriyah, K. (2022). Pengaruh Metode Penaksiran Gadai Emas Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Surabaya Darmo. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1), 45–59. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v16i1.45-59>
- Lijan P. Sinambela, S. S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Monalisa (ed.)).
- Lupiyoadi Rambat. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Salemba Empat.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Criteria Majemuk*. PT Grasindo anggota IKAPI.
- Muntaqo, L. M. (2021). Akad Qard Dalam Pembiayaan Gadai Emas Syariah. *Manarul Qur'an: Jurnal Ilmiah Studi Islam*, 21(2), 238–260. <https://doi.org/10.32699/mq.v21i2.2339>
- Nurlaeli ida. (n.d.). *Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS Di Banyumas Ida Nurlaeli*.
- Philip, kotler dan keller K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Ratnasari, S. L. (2012). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. UPN Press.
- Sigit Triandaru. (2010). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Salemba Empat.
- Sinaga, A., Alam, A. P., & Harahap, M. A. (2020). *Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat*. 3(2), 210–232.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sujarweni V, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Pustaka Baru Press.
- Sutedi, A. (2011). *Hukum Gadai Syariah*. Alfabeta.

Widowati, Ayun Sekar dan Mustikawati, R. I. (2018). the Effect of Savings Products Knowledge, Bank Reputation, and Customers Perception on Deposit Interest Rate on the Customer Saving Decision. *Jurnal Nominal*, VII(2), 141–156.

LAMPIRAN

DOKUMENTASI





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 899SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2017
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
 Kepada Yth :
 Dekan FAI UMSU

20 Jumadil Awal 1444 H
 14 Desember 2022 M

Di -
 Tempat



Dengan Hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Sabrina Sahidani Daulay
 Npm : 1901270071
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Kredit Kumalatif : 3, 75

Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di BSI KCP Medan Marelan Raya	<i>[Signature]</i>	Isra Hageh <i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i> 02/01/23
2	Pengaruh Pembiayaan Murabahah, Mudharabah Terhadap Profitabilitas Pada BSI KCP Medan Marelan Raya			
3	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan BSI Mobile			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
 Hormat Saya

[Signature]
 Sabrina Sahidani Daulay

Keterangan :

Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :

1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
http://fai@umsu.ac.id M fai@umsu.ac.id f umsumedan o umsumedan u umsumedan u umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati SE.I. M.El
Dosen Pembimbing : Isra Hayati, S.Pd, M. Si

Nama Mahasiswa : Sabrina Sahidani Daulay
Npm : 1901270071
Semester : VII
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
20/2/2023	Perbaiki struktur penulisan proposal		
10/3/2023	Perbaiki latar belakang masalah Perbaiki hipotesis Perbaiki kutipan teori.		
15/3-2023	Perbaiki cover Perbaiki tulisan salah ketik Perbaiki metodologi penelitian		
16/3-2023	Ace		

Medan, 16 Maret 2023



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati SE.I. M.El

Pembimbing Proposal

Isra Hayati, S.Pd, M. Si



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003

<http://fai.umsu.ac.id>

fai@umsu.ac.id



umsumedan



umsumedan



umsumedan

Dila menjawab surat ini agar disebutkan

Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI

PERBANKAN SYARIAH

Pada hari Sabtu 15 Mei 2023 M telah diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syariah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Sabrina Sahidani Daulay

Npm : 1901270071

Semester : VIII (Delapan)

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Proposal : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya, Tbk

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	✓
Bab II	Tambahkan kata pengantar dan hasil penelitian pada kajian terdahulu tambahkan hipotesis penelitian
Bab III	✓
Lainnya	✓
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 15 Mei 2023

Tim Seminar

Ketua

(Dr. Rahmayati M.E.I)

Sekretaris

(Riyan Pradesyah M.E.I)

Pembimbing

(Isra Hayati, S. Pd. M.Si)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E.Sy., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.tiktok.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan

Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah yang diselenggarakan pada Hari Sabtu 15 Mei 2023 M dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Sabrina Sahidani Daulay
Npm : 1901270071
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya, Tbk

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 15 Mei 2023

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah M.E.I)

Pembimbing

(Isra Hayati, S. Pd. M.Si)

Pembahas

(Syahrul Amsari, S.E.Sy.,M.Si)

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Zailani, MA





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id M fai@umsu.ac.id f umsumedan @ umsumedan umsumedan umsumedan

Dila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya



Hal : Permohonan Pergantian Judul
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

23 Dzulhijjah 1444 H
12 Juli 2023 M

Di -
Tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sabrina Sahidani Daulay
Npm : 1901270071
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumulatif : 3,76
Mengajukan pergantian judul sebagai berikut



Judul Awal

Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Syariah Indonesia KCP Medan Marelan Raya

1. Alasan pergantian judul : 1. Pihak perusahaan tidak memberikan surat balasan izin riset

Ketetapan Judul Yang Di Usulkan Setelah Seminar Proposal

Pengaruh Reputasi dan Metode Penaksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bank Aceh Syariah KC Sisimangaraja

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan, dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Sabrina Sahidani Daulay

Ketua Program
Studi Perbankan Syari'ah

Dr. Rahmayati, M.EI
NIDN : 0102108902

Pembimbing

Isra Hayati, S.Pd. M.Si
NIDN : 0104048601



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Sabrina Sahidani Daulay
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 22 Februari 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Pembangunan Gg. Adil, Helvetia Timur, Kota Medan
Anak Ke : 1 dari 2 bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Arwin Musollim
Ibu : Nurlela Bangun
Alamat : Jl. Pembangunan Gg. Adil, Helvetia Timur, Kota Medan

Pendidikan Formal

1. Tahun 2006-2012 SD Negeri 064985 Medan
2. Tahun 2012-2015 SMP Nahdlatul Ulama Medan
3. Tahun 2015-2018 SMK Negeri 1 Medan
4. Tahun 2019 sampai sekarang tercatat sebagai mahasiswa Fakultas Agama Islam Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Medan, 22 Agustus 2023

Hormat Saya

Sabrina Sahidani Daulay