

## Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi

**Indah Apriani**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: [indahapri0804@gmail.com](mailto:indahapri0804@gmail.com)

**Nazori Majid**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: [nazorimajid@uinjambi.ac.id](mailto:nazorimajid@uinjambi.ac.id)

**Rohana**

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: [rohana071992@uinjambi.ac.id](mailto:rohana071992@uinjambi.ac.id)

Korespondensi penulis: [indahapri0804@gmail.com](mailto:indahapri0804@gmail.com)

**Abstract.** *Gold Savings is a gold balance deposit service that makes it easier for people to invest in gold savings. Gold savings are one type of investment that is in great demand by the public. This study aims to determine whether or not there is an effect of income, knowledge and quality of service on customer interest in saving gold. This research method is quantitative with multiple linear regression analysis as the analysis tool. The population in this study was 336 respondents, the sample was determined using the slovin formula, the sample in this study was 77 respondents and this research was conducted on customers of the Sharia Pawnshop Unit of UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. The results of this study indicate that the results of the F-test of income, knowledge and service quality variables together have a significant effect on customer interest in saving gold, by t-test income does not significantly affect customer interest in saving gold, knowledge has a significant effect on customer interest. saving gold and service quality significantly influence customer interest in saving gold.*

**Keywords:** *Income, knowledge, service quality, customer interest and gold savings*

**Abstrak.** Tabungan emas adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat masyarakat berinvestasi tabungan emas. tabungan emas menjadi jenis investasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung emas. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda sebagai alat analisisnya. Populasi dalam penelitian ini 336 responden, penentuan sampel dengan rumus *slovin*, maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 77 responden dan penelitian ini dilakukan pada nasabah Unit Pegadaian Syariah UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji-F variabel pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung emas, secara uji-t pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung emas,

pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung emas.

**Kata Kunci :** Pendapatan, pengetahuan, kualitas pelayanan, minat nasabah dan tabungan emas.

## **LATAR BELAKANG**

Minat merupakan suatu proses lanjutan dari adanya kebutuhan untuk memuaskan keinginan yang muncul pada diri seseorang. Menurut kamus lengkap Bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan, kehendak dan kesuksesan.

Pendapatan menjadi faktor penting dalam menarik minat calon nasabah karena pendapatan bisa memengaruhi minat calon nasabah terhadap investasi emas. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka akan semakin tinggi daya beli seseorang, begitu juga sebaliknya. Pendapatan merupakan modal bagi calon nasabah untuk menabung emas, semakin tinggi pendapatan yang diperoleh seseorang maka minat menabungnya juga akan semakin meningkat. Namun tidak sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Risydatussalma Septyandini yang menunjukkan bahwa dalam hasil uji parsial variabel dimana pendidikan dan motivasi berpengaruh dalam minat nasabah berinvestasi emas. Akan tetapi, pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi emas.

Dalam menarik minat masyarakat untuk berinvestasi emas, pengetahuan masyarakat juga tidak kalah pentingnya. Karena pengetahuan masyarakat tentang produk Tabungan Emas diperlukan sebagai bahan pertimbangan memilih produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. Pengetahuan masyarakat menjadi faktor penting dalam menarik minat masyarakat untuk menabung emas. Ketika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Semakin baik pengetahuan tentang produk Tabungan Emas maka akan semakin tinggi kemungkinan masyarakat mau melakukan investasi emas di Pegadaian Syariah dan sebaliknya semakin rendah pengetahuan masyarakat terhadap investasi emas maka akan menyebabkan masyarakat tidak tertarik untuk menabung emas di Pegadaian Syariah. Pengetahuan seseorang dapat diperoleh melalui informasi yang diberikan oleh pegadaian syariah melalui media seperti media cetak, media sosial, pamflet dan bisa juga melalui pengalaman seseorang, tujuannya adalah untuk menarik minat nasabah menabung emas.

Faktor lainnya yang mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi adalah kualitas pelayanan yang di berikan, peningkatan pelayanan juga harus di lakukan untuk menarik minat seseorang, minat masyarakat tidak akan muncul apabila tidak adanya pelayanan baik yang diberikan. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Dengan kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya. Kepuasan nasabah pada suatu perusahaan menjadi salah satu aspek untuk memilih produk dari suatu perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guspia Nigsih dkk, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Novia dan Fuad Hasyim yang menyatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan mayoritas responden belum intensif bersinggungan dengan layanan Pegadaian Syariah, sehingga belum betul-betul mengetahui performa yang ada dalam pelayanan syariah.

Adapun tujuan produk tabungan emas ini sendiri adalah untuk memberi kemudahan kepada masyarakat yang ingin membeli emas dengan cara menabung dengan sebesar setoran minimal Rp 10.000 disetiap harinya yang tentunya selama jam operasional pegadaian dibuka, hal ini sangat mempermudah nasabah untuk bisa memiliki emas karena nasabah bisa menabung setiap harinya, namun kenyataannya produk tabungan emas ini kurang diminati oleh nasabah UPS UIN STS Jambi dikarenakan kebutuhan yang makin bertambah karena berdasarkan sifatnya kebutuhan manusia ada dua yaitu, kebutuhan Jasmani seperti makanan, minuman, pakaian dan kesehatan, lalu kebutuhan Rohani seperti ibadah, menuntut ilmu dan rekreasi sehingga masyarakat lebih memprioritaskan kebutuhan tersebut daripada menabung, dan nasabah lebih memilih untuk menabung uang di bank daripada menabung emas karena menabung uang di bank dapat dengan mudah di cairkan kapanpun dan dimana saja, berbeda dengan tabungan emas yang bisa di cairkan saat jam operasional pegadaian di buka saja.

Kurangnya pengetahuan nasabah terhadap produk tabungan emas dikarenakan kurangnya promosi dari unit pegadaian syariah itu sendiri, dimana terlihat bahwa disetiap sosial media tidak adanya akun Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi hanya ada akun pusat Pegadaian Syariah saja dan tidak di semua akun sosial media ada sehingga hal ini

mengurangi cakupan wilayah promosi di cabang Jambi, di akun Pegadaian Syariah pusatpun lebih mempromosikan produk gadai di bandingkan produk tabungan emas, dan untuk seminar mengenai tabungan emas pun kurang di adakan sehingga masyarakat dan nasabah belum banyak yang mengetahui bahwa ada produk tabungan emas di pegadaian syariah, dan untuk nasabah yang sudah menabungpun kurang mengerti resiko dan manfaat dalam menabung emas ini sehingga tabungan emas ini kurang diminati, serta pelayanan yang kurang memuaskan dirasakan banyak nasabah, lamanya proses transaksi dan kurangnya pegawai customer ini mengakibatkan sering terjadinya banyak antrian sehingga hal ini mengakibatkan jumlah nasabah tabungan emas UPS UIN STS Jambi menunjukan kondisi yang tidak diinginkan, pada tahun 2018-2021 terjadi fluktuasi.

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah nasabah emas di UPS UIN STS Jambi di tahun 2018-2020 mengalami fluktuasi, dimana pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 360 dan pada tahun 2019 jumlah nasabah menurun dengan selisih jumlah nasabah sebanyak 22 nasabah namun pada tahun 2020 jumlah nasabah mulai bertambah perlahan walaupun belum seperti semula dengan selisih jumlah nasabah sebanyak 9 nasabah dan pada tahun 2021 jumlah nasabah mengalami penurunan lagi sebanyak 11 nasabah, namun menuju normal.

Data tersebut menggambarkan suatu permasalahan di UPS UIN STS Jambi, jumlah nasabah yang fluktuatif di sebabkan oleh beberapa poin seperti pendapatan yang tidak stabil di era pandemik dan produk-produk yang ditawarkan belum diketahui nasabah sepenuhnya dan pelayanan yang belum optimal sehingga menurunnya minat nasabah untuk menabung emas.

Dari data diatas peneliti tertarik meneliti variabel pendapatan pengetahuan dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan objek pada Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. Dengan demikian atas dasar latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik mengangkat judul penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian UIN STS Jambi”**.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **1. Teori Minat Menabung**

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk tingkah laku yang berorientasi pada objek, kegiatan atau pengalaman tertentu, dan kecenderungan tersebut antara individu yang satu dengan individu yang lain tidak sama intensifnya. Minat diartikan pula sebagai kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu masalah ataupun suatu situasi yang mempunyai sangkut paut dengan dirinya yang dilakukannya dengan sadar serta diikuti rasa senang. Minat adalah sambutan yang sadar, jika tidak demikian maka minat tersebut tidak mempunyai nilai sama sekali. Kesadaran terhadap suatu objek disusul dengan meningkatnya perhatian.

Nugroho menyatakan bahwa minat adalah rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Pada dasarnya minat adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri, semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat menurut Fishbein dan Ajzen merupakan bagian dari sikap yang bisa dibedakan berdasarkan sumber munculnya minat yaitu perilaku (behavior), sasaran (target), situasi dan waktu. Minat bisa muncul secara spontan, wajar, selektif dan tanpa paksaan ketika individu memberikan perhatian. Kartikawati menyatakan minat merupakan sikap yang membuat individu merasa senang terhadap objek, situasi atau ide-ide tertentu sehingga individu berusaha memperoleh objek yang disenangi dan menarik perhatian. Keinginan untuk memperoleh objek yang menarik perhatian bagi seseorang akan menjadi faktor penentu internal yang benar-benar mendasar dalam mempengaruhi perhatiannya sehingga kekuatan motif individu untuk memusatkan perhatian kepada objek kepuasan bisa diketahui dari minat individu tersebut.

Menurut Assauri, minat adalah keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah perasaan suka atau senang dan rasa tertarik terhadap suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang menyukai.

Minat masyarakat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :

- 1) Minat Transaksional
- 2) Minat Refrensial
- 3) Minat Preferensial
- 4) Minat Eksploratif

Adapun faktor yang mempengaruhi minat secara umum adalah:

- 1) Faktor Budaya
- 2) Faktor Pribadi
- 3) Faktor Psikologi

## **2. Pendapatan**

Pendapatan merupakan salah satu indikator untuk mengukur kesejahteraan seseorang atau masyarakat, sehingga pendapatan masyarakat ini mencerminkan kemajuan ekonomi suatu masyarakat, pendapatan seseorang pada dasarnya tergantung dari pekerjaan dibidang jasa atau produksi, serta waktu jam yang dicurahkan, tingkat pendapatan perjam yang diterima, pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima selama periode tertentu berdasarkan jenis pekerjaan, prestasi dan lamanya bekerja. Besar kemungkinan bahwa individu dengan pendapatan yang lebih akan menunjukkan perilaku manajemen keuangan yang lebih bertanggung jawab, mengingat dana yang tersedia memberi kesempatan untuk bertindak secara bertanggung jawab.

Menurut Suparmoko, secara garis besar pendapatan digolongkan menjadi tiga, yaitu:

- 1) Gaji dan Upah, imbalan yang diperoleh setelah orang melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam waktu satu hari, satu minggu maupun satu bulan.
- 2) Pendapatan dari usaha sendiri, yaitu nilai total yang diperoleh dari hasil produksi yang telah dikurangi dengan beban yang dibayarkan dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri atau keluarga dan tenaga kerja berasal dari anggota keluarga dan semua biaya ini biasanya tidak diperhitungkan.
- 3) Pendapatan dari uaha lain. Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan ini biasanya merupakan pendapatan sampingan antara lain yaitu pendapatan dari hasil menyewakan aet yang dimiliki seperti rumah, tanah, sumbangan dari pihak lain dan dana pensiun.

### **3. Pengetahuan**

Menurut Soekidjo Notoadmojo, pengetahuan adalah informasi yang sudah dipadukan dengan pemahaman atau potensi untuk menindaki, yang lantas melekat pada benak seseorang. Secara umumnya pengetahuan mempunyai kemampuan prediktif atas sesuatu sebagai hasil dari pengenalan atas suatu pola, pengetahuan bisa dilakukan dengan angket atau wawancara yang menanyakan mengenai isi materi yang ingin diukur pada subjek penelitian atau responden.

Pengetahuan adalah suatu informasi yang sudah diproses dan di organisasikan untuk mendapatkan pemahaman, pembelajaran dan pengalaman yang terakumulasi sehingga dapat diaplikasikan dalam masalah atau proses bisnis tertentu. Informasi yang diproses untuk dapat mengekstrak implikasi kritis dan merefleksikan suatu pengalaman masa lampau menyediakan penerima dengan pengetahuan yang terorganisasi dengan nilai yang tinggi. Ada banyak jenis pengetahuan diantaranya:

- 1) Pengetahuan implisit
- 2) Pengetahuan eksplisit
- 3) Pengetahuan empiris
- 4) Pengetahuan rasionalisme

Menurut Juli Dwina dan Sayyidah, adapun indikator pengetahuan adalah:

- 1) Pengetahuan terhadap produk
- 2) Pengetahuan terhadap prosedur.
- 3) Pengetahuan terhadap syarat investasi emas.
- 4) Pengetahuan terhadap risiko dan manfaat tabungan emas

Menurut Feti Rukmana ada beberapa indikator dalam pengetahuan yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengetahuan tentang Pegadaian Syariah.
- 2) Kemudahan dalam akses atau transaksi.
- 3) Pengetahuan tentang produk logam mulia.
- 4) Pengetahuan tentang investasi logam mulia.

### **4. Kualitas Pelayanan**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Edvardsson kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang

menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Menurut wijaya kualitas adalah ukuran sampai sejauh mana produk atau jasa sesuai kebutuhan, Empati keinginan dan harapan para pelanggan. Kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.

Sedangkan pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan produk fisik. Menurut Kasmir pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.

Menurut Tjipto, faktor utama kualitas pelayanan yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah:

- 1) *Responsivennes* (Daya Tanggap), yaitu kemampuan untuk membantu para konsumen dengan menyediakan pelayanan yang cepat dan tepat.
- 2) *Ansurance* (jaminan), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan dan kesopanan atau kebaikan dari personal serta kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keinginan.
- 3) *Empathy* (empati), yaitu mencakup menjaga dan memberikan tingkat perhatian secara individu atau pribadi terhadap kebutuhan-kebutuhan konsumen.
- 4) *Tangible* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, peralatan atau perlengkapan, harga dan penampilan personal dan material tertulis.
- 5) *Reability* (keandalan), yaitu kemampuan orang memberikan pelayanan yang di janjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Menurut Fandy pelayanan dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Keramahan
- 2) Kesopanan
- 3) Fasilitas
- 4) Kelancaran dalam Transaksi



## **METODE PENELITIAN**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang memfokuskan analisis pada data numerik (nilai numerik) yang diolah dengan model statistik. Metode statistik adalah metode dimana penulis melakukan penelitian.

### **2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder, Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utamanya. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan dan yang memerlukannya, data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden penelitian, seperti data hasil wawancara dan observasi yang berhubungan dengan penelitian. Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari biro statistik, majalah, koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainyadalam penelitian ini bentuk data sekunder berupa data dokumen penjualan, dokumen pengeluaran dan pemasukan dan sebagainya.

Sumber data atau informasi baik jumlah maupun keragamanya harus diketahui terlebih dahulu, sebagai bahan atau dasar dalam menentukan isi, bahasa, sistematika item dalam instrumen penlitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek data yang di peroleh melalui wawancara dengan responden penelitian.

### **3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau wisata yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah UPS UIN STS Jambi pada tahun 2021 yang berjumlah 336 nasabah tabungan emas. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan dengan menggunakan rumus Slovin yaitu 77 sampel.

### **4. Metode Pengumpulan Data**

Metode atau pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, prilaku tidak sadar, kebiasaan dan sebagainya. Observasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data primer, dimana hasil data tersebut akan

menjawab permasalahan-permasalahan yang diajukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan pengumpulan data dengan menggunakan tiga cara, yaitu kuesioner, observasi wawancara dan dokumentasi.

## **5. Teknik Analisis Data**

Analisis Teknik analisis data secara kuantitatif menekankan pada pengujian hipotesis melalui penganalisisan variabel-variabel pada penelitian dengan ukuran angka dan melakukan analisis data dengan model statistik. Analisis data kuantitatif terdiri dari uji kualitas data dan uji asumsi klasik.

Analisis regresi adalah salah satu metode statistika yang dapat di gunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel terhadap variabel respon. secara umum, model regresi linier yang sering di gunakan dapat di bagi dalam dua model yaitu regresi linier berganda. Model regresi linier berganda di katakan baik jika memenuhi asumsi klasik dan regresi merupakan salah satu metode untuk mengatasi multikolinieritas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pengaruh variabel bebas secara parsial dengan menggunakan uji t dan pengaruh variabel secara simultan dengan menggunakan uji F dapat dilihat penjelasannya sebagai berikut:

### **1. Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Nasabah Menabung Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi**

Hasil penelitian uji parsial (uji t) diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel pendapatan ( $X_1$ ) terhadap Minat Menabung Emas (Y) adalah sebesar  $0,173 > 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 1,377 < t_{tabel} 1,993$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan  $X_1$  terhadap Y. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin besar atau kecil pendapatan seorang nasabah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah tersebut menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi.

Pendapatan adalah penghasilan atau gaji yang diperoleh oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu sebagai balas jasa terhadap tenaga atau pikiran yang mereka sumbangkan. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka semakin besar pengeluaran atau kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan. Besar kecilnya pendapatan nasabah tidak mempengaruhi nasabah untuk menabung emas di Unit Pegadaian

Syariah hal ini karena banyak nasabah memilih menabung dengan alternatif lain seperti menabung uangnya di bank yang lebih mudah dalam pencairannya.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Risyadatussalma Septyandini yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas. Namun berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan Moena dimana pendapatan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas.

## **2. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Nasabah Menabung Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi**

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka diketahui nilai Sig. untuk pengaruh variabel pengetahuan ( $X_2$ ) terhadap minat menabung emas ( $Y$ ) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 4,180 > t_{tabel} 1,993$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan  $X_2$  terhadap  $Y$ . Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui oleh seseorang yang diperoleh melalui informasi yang didapat, baik informasi yang ditemukan oleh diri sendiri atau informasi yang didapatkan dari orang lain. Artinya jika semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh calon nasabah dan mereka paham terhadap investasi pada produk tabungan emas serta mengerti tentang manfaat menabung emas dan keuntungan yang diperoleh, hal ini bisa dilakukan dengan cara membuka akun di media sosial yang mengenalkan tentang produk tabungan emas serta mempromosikan seperti apa produk tabungan emas dan mengadakan seminar lebih sering. Karena Nasabah yang memiliki pengetahuan lebih tinggi tentang produk tabungan emas maka akan lebih tertarik dan berminat untuk mau melakukan tabungan emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Dila Larantika yang menemukan bahwa promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat. Sedangkan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Rinwantin dan Yanti yang menyatakan bahwa pelatihan berinvestasi dan persepsi terhadap resiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa di Semarang, sedangkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa di Semarang melakukan investasi.

### **3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi**

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, maka diketahui nilai sig. untuk variabel pengaruh kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terhadap minat menabung emas ( $Y$ ) adalah sebesar  $0,000 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 5,084 > t_{tabel} 1,993$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_3$  diterima  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan  $X_3$  terhadap  $Y$ . Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat nasabah menabung emas di UPS UIN STS Jambi. Pelayanan yang baik akan menyebabkan kepuasan terhadap nasabah, sehingga nasabah yang merasa puas akan mempengaruhi minat untuk melakukan investasi tabungan emas kembali. Dengan demikian apabila pegadaian ingin meningkatkan jumlah nasabah pengguna tabungan emas maka perlunya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah, seperti menambah jumlah karyawan agar tidak terjadinya antrian yang panjang, menyapa nasabah dengan ramah, tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik serta menerapkan senyum, salam dan sapa kepada setiap nasabah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Guspia Nigsih dkk, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat. Tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Novia dan Fuad Hasyim yang menyatakan variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan mayoritas responden belum intensif bersinggungan dengan layanan Pegadaian Syariah, sehingga belum betul-betul mengetahui performa yang ada dalam pelayanan syariah.

### **4. Pengaruh Pendapatan, pengetahuan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi**

Secara simultan variabel pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat nasabah menabung emas dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 25,338 > F_{tabel} 2,73$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_4$  diterima yang berarti terdapat pengaruh  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara simultan terhadap  $Y$ .

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung emas di Unit

Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. Hal ini terjadi karena pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan saling berkaitan dan memiliki pengaruh untuk mendorong minat nasabah dalam menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. Dengan demikian, calon nasabah yang memiliki pendapatan yang tinggi dan pengetahuan yang lebih banyak serta pelayanan yang di rasakan memuaskan akan lebih tertarik dan berminat untuk menabung emas di UPS UIN STS Jambi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan diatas mengenai perengaruh pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi, maka diperoleh keimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji parsial variabel pendapatan, tidak terdapat pengaruh signifikan pendapatan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi dengan nilai sig. sebesar  $0,000 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 5,084 > t_{tabel} 1,993$ .
2. Hasil uji parsial variabel pengetahuan, terdapat pengaruh signifikan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah Uin STS Jambi dengan nilai  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 4,180 > t_{tabel} 1,993$ .
3. Hasil uji parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi dengan nilai sig.  $0,000 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 5,084 > t_{tabel} 1,993$ .
4. Secara simultan variabel pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi dengan nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung} 25,338 > F_{tabel} 2,73$ .

### **Saran**

Adapun saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi dengan 3 Variabel X dan satu variabel Y. Berdasarkan hasil penelitian diketahui variabel kualitas pelayanan yang paling dominan di banding variabel independen lainnya

dengan nilai koefisien regresi yang paling besar. Maka penulis menyarankan pada perusahaan agar memaksimalkan kualitas pelayanan untuk merangsang minat nasabah dan dapat memberikan sumbangsi dalam memasarkan produknya. Bagi unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi pengetahuan dan kualitas pelayanan harus ditingkatkan lagi, agar faktor-faktor dapat berperan secara optimal dalam meningkatkan minat nasabah sehingga nasabah loyal terhadap Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi.

2. Bagi peneliti selanjutnya, yang nantinya ingin meneliti dengan permasalahan yang sama, agar dapat mengkaji lebih dalam lagi. Hal ini dikarenakan kontribusi dari pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan hanya sebesar 51% terhadap minat nasabah menabung emas, artinya masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi.

## **DAFTAR REFERENSI**

### **Buku**

- Abdul Aziz. *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung, 2010.\
- Abdul Rahman Salah dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Abdullah Zaky Al-Kaaf. *Ekonomi dalam Perspektif Islam*, 2013.
- Al-Qur'an, *An-Nisa' ayat 29*, Bandung, 2019.
- Al-Quran Terjemahan. *Al-Baqarah ayat 283*. Bandung, 2019.
- Anton M. Moeliono. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Azuar Juliandi, Irfan, Dan Saprinan Manurung. *Dalam Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Medan: Umsu Press, 2014.
- Dyah Nirmala Arum Janie. *Statistik Deskriptif Dan Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Spss*. Semarang: Semarang University Press, 2012.
- Fandy Tjiptono. *Perspekif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Hamonangan Siallagan. "Teori Akuntansi," Edisi 1., Hlm. 200. Medan: Lppm Uhn Press, 2020.

Henri Tanjung dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.

Kasmir. *Etika Customer service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

Robert Kurniawan. *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R. Pertama*. Jakarta: Kencana, 2016.

Rochmat Aldy Purnomo. *Dalam Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss, Cetakan 1*. Ponorogo: Cv. Wade Group, 2016.

Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.

Soekidjo Notoadmojo. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2003.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Sukestiyarno. *Statistika Dasar*. Cv Andi Offet, 2011.

### **Jurnal dan Skripsi**

Arfan Radian Wibowo. "Pengaruh Pengetahuan, Pendapatan, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Masyarakat Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah*.

Baiq Fitri Arianti. "Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Akuntansi* Vol. 10, no. No. 1, 2020.

Estri Juwanita. "Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi." Skripsi.2020.

Feti Rukmanasari. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)." Skripsi. Semarang: IAIN Salatiga, 2017.

Fikria Hasni, Ikhwan Hamdani, dan Suyud Arif. "Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Bogor Baru." *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam* Vol. 5, no. No. 2, 2022.

Fitriani Nasir. "Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Rahn Pada Kantor PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng." Makassar: STIE Nobel Indonesia, 2019.

Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, dan Nurjanah. "Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Investasi Logam Mulia Di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat." *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* Vol. 3, no. No. 2, 2019.

- Hristo Anditin. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian Syariah Batusangkar.” Batusangkar: Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, Februari 2019.
- Iin Emy Prastiwi dan Muhammad Naufal Zuhdi, “Analysis Of Factors Affecting Interest In Saving In Islamic Bank : Knowledge, Social Environment And Psychological Faktors,” *International Journal Of Economics, Business and Accounting Research*, vol. 6, no. 2, 2022.
- Ilham Suryani. “Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Budi Medan.” Skripsi. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, 2018.
- Iskandar. “Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa.” *Jurnal Samudra Ekonomika* Vol. 1, no. 2, 2017.
- Jefik Zulfikar Hafizd. “Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syaria* Vol. 5, no. 2 (2021): Hlm. 97-99.
- Juli Dwina Puspita Sari dan Sayyidah Azzafira. “Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah.” *Jurnal Investasi Islam* Vol. 6, no. No. 2, 2021
- Lusi Rustiana. “Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Banjarmasin.” Banjarmasin: Universitas Islam Negeri Antasari, 2021.
- Malayu S.P. Hasibuan. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Moena Azizah. “Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas Di BSM Warung Buncit.” Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016.
- Muhammad Deni Putra, Gusti Rahayu Ningsih, dan Frida Amelia. “Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok.” *Jurnal Islamik Banking and Finance* Vol. 1, no. 2, 2021
- Ni Putu Ria Sasmitha dan A A Ketut Ayuningsasi. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengrajin Pada Industri Kerajinan Bambu Di Desa Belega Kabupaten Gianyar.” *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol. 6, no. 1, 2017.
- Novia Rosyiana, dan Fuad Hasyim. “Analisis Pengaruh Generasi Milenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah.” *Institut Agama Islam Negeri Surakarta* Vol. 1, no. No. 2 (2021).
- Purwanto. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah.” Boyolali: IAIN Salatiga, 2016.



Ria Agustina. “Minat Masyarakat pada Investasi Emas di Pegadaian Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Syariah.”, Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2020.

Rinwantin dan Yanti Pujiastuti. “Determinan Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Syariah.” *Journal of Economics and Banking* Vol. 2, no. 2, 2019.

Risydatussalma Septyandini. “Pengaruh Pendidikan, Pendapatan dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah dalam Berinvestasi Emas di Bank Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta.” Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Safryani, Ulfy, Aziz Alfida, dan Triwahyuningtyas Nunuk. “Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* Vol 8, no. No 3 (2020): 14.

Sinta Ardhillatul Jannah. “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia PAda Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim.” Skripsi. Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2019.

Titiek Asyimah Siregar. “Pengaruh Produk, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Padangsidempuan.” Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan, 2021.

Tri Pangestika dan Ellen Rusliati. “Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* Vol. 12, no. 1 (t.t.): Hlm. 39.

#### **Internet**

Diakses 8 September 2022. [www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php](http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php),.

Bacaini.id. “Pemalsuan Emas di Pegadaian.” *Terbongkar Modus Pemalsuan Emas*

di *Pegadaian Bangkalan* (blog), <https://bacaini.id/terbongkar-modus-pemalsuan-emas-di-pegadaian-bangkalan/>.