

Preferensi nasabah pegadaian syariah studi kasus: kantor pegadaian unit layanan syariah Jl. Dewi Sartika Jakarta

Siti Darojah Sri Wahyuni, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=99931&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini adalah hasil penelitian tentang preferensi nasabah dalam berhubungan dengan pegadaian syariah. Penelitian ini menggunakan Teori perilaku konsumen sebagai dasar penentuan variabel yang hendak diukur. Peneliti membagi dua kategori variabel yakni rasional-emosional dengan lima indikator variabel yakni keyakinan terhadap prinsip bunga bank, jarak (akses), pricing, kualitas pelayanan dan tujuan penggunaan dana. Kategori kedua adalah faktor demografi yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, pendapatan.

Data yang digunakan adalah primer dengan wawancara mendalam menggunakan kuisioner. Jumlah sampel 152 terdiri dari 75 responden dari pegadaian biasa dan 77 dari pegadaian syariah. Data yang diperoleh diuji menggunakan SPSS versi 10 dengan model regresi logistik. Regresi dilakukan dua kali masing-masing terhadap variabel rasional-emosional dan variabel demografi. Pemisahan regresi dilakukan untuk mendapatkan hasil terbaik karena dengan total variabel sebelas dan sampling terbatas dikuatirkan terjadi bias.

Setelah diuji, hasil regresi menunjukkan keyakinan agama menjadi alasan utama responden memilih pegadaian syariah bersarna dengan variabel kualitas pelayanan dan tujuan penggunaan dana. Artinya, responden yang meyakini bunga bank haram, dan menghendaki pelayanan yang cepat dan mtidah serta memerlukan dana produktif cenderung memilih pegadaian syariah. Untuk faktor demografi, hanya gender yang signifikan secara statistik. Artinya nasabah perempuan memiliki kecenderungan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Sedangkan, variabel agama, pekerjaan, pendapatan, usia dan tingkat pendidikan tidak signifikan. Variabel agama tidak signifikan karena tidak semua responden, sekalipun mereka Muslim, meyakini bunga bank atau bunga yang dikenakan di pegadaian sebagai sesuatu yang haram.

<hr><i>Based on the consumer theory, socio cultural background and benefit factors (accessibility, pricing, and service quality) affected consumer's choice. This research is going to analyze the consumer behavior of islamic rahn (gadai syariah). Islamic rahn is one of the division belong to Perum Pegadaian (one of the state-owned enterprises).

This research is used primary data with 152 samples that comes from islamic (77 samples) and conventional rahn (75 samples). To analyze the behavior, this research uses logistic regression with the customer's choice (islamic or conventional mortgage) as a dependent variable. The independent variables are the consumer's belief in the principle of riba, pricing, accessibility, service quality and the using of fund. For the second regression, this research has analyzed demographic reasons such gender, ages, religions, and educational background, occupation and the income. This research used two regressions with emotional-rational variable on the first and demographic for the second. This kind of regression is used only to get optimum report.

The research founded that only the belief, service and using of funds and gender that statistically significance at alpha 5 percent. It means that religious belief is the main reasons for the customers who come to islamic rahn coincide with service quality and using of fund for productive activities. The others are not significant. Of the second regression with demographic variables, only one variable significant. Women have a bigger chance to prefer islamic rahn. Not all Moslem agree that interest that pegadaian charged to consumer as a kind of usury.</i>