

Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin Memilih Gadai Emas di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung

Wina Rahayu¹, Ida Rapida²

¹Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem, Indonesia

²Komputerisasi Akuntansi, Universitas Ma'soem Indonesia

winarahayuu2019@gmail.com

Info Artikel

Sejarah artikel :

Diterima Maret 2024

Direvisi Maret 2024

Disetujui Maret 2024

Diterbitkan Maret 2024

ABSTRACT

Based on the results of initial research, that the background of this study is the fluctuation in the number of rahin. This is thought to have something to do with price, promotion, location and quality of service to rahin's decision. This study aims to determine how the influence of price, promotion, location and service quality on rahin's decision to choose a gold pawn at PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung, both partially and simultaneously. The object of research is rahin at PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung. Research is quantitative associative. Population rahin 125 people, determination of samples with the Slovin formula amounted to 56 people. Data collection techniques include observation, interviews, literature studies and questionnaires. The questionnaire was distributed through google form, then data analysis using the help of SPSS. The results showed that each variable either partially or simultaneously had an influence on the decision of rahin to have a gold pawn at PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung. Partially the price variable has an effect 20,3%, promotion has an effect 10,8. %, location has an influence 54,4 %, service quality matters 83,5% against the decision of the trahin. While simultaneously the independent variables affect 32,8% on the variability of rahin decision.

Keywords : Price; Promotion; Location; Quality of Service; Rahin Decision.

ABSTRAK

Berdasarkan hasil penelitian awal, bahwa yang melatar belakangi penelitian ini adalah fluktuatifnya jumlah rahin. Hal ini diduga ada kaitanya dengan harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan rahin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan rahin memilih gadai emas di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamik Bandung, baik secara parsial maupun simultan. Objek penelitian adalah rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung. Penelitian bersifat kuantitatif asosiatif. Populasi rahin 125 orang, penentuan sampel dengan rumus Slovin sebesar 56 orang. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Kuesioner disebar melalui google form, selanjutnya analisis data menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan rahin memilih gadai emas di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung. Secara parsial variabel harga berpengaruh 20,3%, promosi berpengaruh 10,8%, lokasi berpengaruh 54,4%, kualitas pelayanan berpengaruh 83,5% terhadap keputusan rahin. Sedangkan secara simultan variabel bebas berpengaruh 32,8% terhadap varLabel keputusan rahin.

Kata Kunci : Harga, Promosi, Lokasi , Kualitas Pelayanan, Keputusan Rahin.

PENDAHULUAN

Gadai emas atau *rahn* emas merupakan salah satu produk yang dikelola perbankan syariah. Gadai emas termasuk produk pembiayaan yang sering digunakan masyarakat serta menjadi pilihan berbagai kalangan ketika membutuhkan dana tunai. Hal ini dikarenakan gadai emas dianggap bisa memberikan solusi terbaik mendapatkan dana ketika dibutuhkan. Dasar hukum Gadai Emas adalah QS Al Baqarah (283), “ Dan apabila kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang juru tulis maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang ...” [1]. Hal ini diperjelas dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 25 dan 26/DSN-MUI/III/2022.

PT Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Arcamanik Bandung yang merupakan salah satu bank syariah di Indonesia hadir untuk memenuhi dan melayani kebutuhan transaksi dengan ketentuan syariah bagi masyarakat. Kondisi yang mendesak terkadang membuat masyarakat selalu mencari cara agar mendapatkan uang tunai dengan cara cepat, salah satunya dengan menggadaikan emas yang dimilikinya. PT Bank BJB Syariah memanfaatkan peluang tersebut dengan mengeluarkan produk Gadai emas yang pelaksanaannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dengan tujuan membantu masyarakat mewujudkan mimpi-mimpinya terkait bidang perekonomian agar lebih maju dan terpercaya, serta akan memberikan kualitas pelayanan terbaik bagi masyarakat yang membutuhkan dana [2].

Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat melakukan gadai emas di bank tertentu. Penentuan harga cukup berpengaruh dalam penawaran gadai emas dimana emas dikeluarkan *rahn* untuk mendapatkan manfaat dan atas kegunaannya sehingga dapat membantu kebutuhan yang belum terpenuhi serta dapat bermanfaat dalam kegunaannya sendiri [3].

Agar keberadaan produk gadai emas diketahui masyarakat, pihak bank harus menginformasikan produk tersebut dengan melakukan kegiatan promosi. Promosi selain sebagai sarana memperkenalkan produk juga untuk mampu bersaing sehingga masyarakat tertarik dalam pengambilan keputusan untuk melakukan suatu transaksi [4].

Terkadang lokasi menjadi salah satu penilaian masyarakat dalam memilih suatu bank. Lokasi atau tempat memiliki pengaruh yang besar bagi Bank, karena lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan memiliki tempat parkir yang luas menentukan sebuah keberhasilan serta bisa memaksimalkan laba [5].

Tidak kalah penting dari ketiga faktor yang diuraikan di atas sebetulnya inti dari keberhasilan usaha jasa adalah kualitas pelayanan. Layanan yang baik yang memuaskan pengguna jasa bank bisa menjadikan pengguna jasa mengambil keputusan menggunakan produk dari bank tersebut. Bisa dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada keberhasilan bank karena memiliki hubungan yang erat dengan keputusan *rahn*, oleh karena itu kualitas mampu memberikan dorongan kepada *rahn* untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan [6].

Harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berkaitan juga dengan keputusan *rahn* dalam memilih produk gadai emas karena keputusan adalah suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih sehingga tidak berpatokan hanya

pada satu pilihan saja akan tetapi dapat memilih dengan pilihan yang lainnya yang dalam mengambil keputusan dalam menggunakan produk gadai emas [7].

Dalam lima tahun terakhir jumlah rahin PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik bersifat fluktuatif, dan di tahun terakhir jumlah rahin 125 orang, mengalami penurunan sebesar 6,02% dibanding tahun sebelumnya. Diduga penurunan jumlah rahin ini ada kaitannya dengan faktor-faktor yang telah dijelaskan di atas.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana data utama diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada sampel. Selanjutnya data dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian ditarik kesimpulan[8]. Populasi yaitu *rahin* Gadai Emas PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung yang berjumlah 125 orang. Jumlah sampel 56 orang ditentukan dengan rumus Slovin. Penarikan sampel menggunakan *nonprobabilitas sampling* dengan teknik *aksidental sampling*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Rahin Memilih Gadai Emas di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung

Hasil pengujian variabel harga yang terdiri dari 9 item adalah valid, sedangkan uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alfa* sebesar 0,494 yang artinya ada dalam kategori cukup. Hasil uji normalisasi, data berdistribusi normal. Hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 1. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.450 ^a	.203	.188	3.866

a. Predictors: (Constant), x

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,203 atau 20,3%. Hal ini menunjukkan harga berpengaruh terhadap Keputusan Rahin sebesar 20,3% sedangkan sisanya 79,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil uji t sebagaimana dalam tabel 2 menunjukkan nilai t hitung (3,687) > t tabel (1,674), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

Tabel 2. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.617	3.709		7.177	.000
	x	.355	.096	.448	3.687	.001

a. Dependent Variable: y

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Rahin di Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung

Hasil pengujian variabel promosi yang terdiri dari 8 item adalah valid, sedangkan uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alfa* sebesar 0,789 yang artinya ada dalam kategori tinggi. Hasil uji normalisasi, data berdistribusi normal. Hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 3. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 ^a	.108	.092	5.037

a. Predictors: (Constant), X2

Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,108 atau 10,8%. Hal ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh terhadap Keputusan Rahin sebesar 10,8% sedangkan sisanya 89,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil uji t sebagaimana diperlihatkan tabel 4 menunjukkan nilai t hitung (3,726) > t tabel dimana (1,674), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

Tabel 4. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.035	4.214		3.806	.000
	x2	.092	.127	.498	3.725	.008

a. Dependent Variable: y

Lokasi terhadap Keputusan Rahin di Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung

Hasil pengujian variabel promosi yang terdiri dari 13 item adalah valid, sedangkan uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alfa* sebesar 0,886 yang artinya ada dalam kategori tinggi. Hasil uji normalisasi, data berdistribusi normal. Hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 5. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.544	.535	13.856

a. Predictors: (Constant), x3

Berdasarkan tabel 5 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,544 atau 54,4%. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Rahin sebesar 54,4% sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil uji t (tabel 6) menunjukkan nilai t hitung (8,023) > t tabel (1,674), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

Tabel 6 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.367	7.336		-1.004	.320
	x3	1.017	.127	.737	8.023	.000

a. Dependent Variable: y

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung

Hasil pengujian variabel promosi yang terdiri dari 17 item adalah valid, sedangkan uji reliabilitas diperoleh nilai *cronbach's alfa* sebesar 0,817 yang artinya ada dalam kategori tinggi. Hasil uji normalisasi, data berdistribusi normal. Hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.406 ^a	.165	.149	3.85446

a. Predictors: (Constant), x4

Berdasarkan tabel 7 diketahui nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,165 atau 16,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Rahin sebesar 16,5% sedangkan sisanya 83,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil uji t (tabel 8) menunjukkan nilai t hitung (3,075) > t tabel (1,674), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

Tabel 8. Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.573	3.124		.344	.000
	x4	.062	.058	.145	3.075	.007

a. Dependent Variable: y

Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

Uji korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan secara simultan dari variabel Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin. Hasil perhitungan diperoleh data:

Tabel 9. Analisis Korelasi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistic			
						F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.449 ^a	.202	.139	4.92126	.202	3.218E0	4	5.E1	1.977E-2

a. Predictors : (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Lokasi

Berdasarkan tabel 9 diketahui nilai R= 0,449 yang artinya hubungan korelasi antar variabel Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin ada dalam kategori moderat.

Uji Regresi Berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Rahin. Adapun hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan alat bantu SPSS sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.994	5.059		4.347	.000
	x1	.134	.127	.125	1.055	.296
	x2	.118	.063	.217	1.876	.066
	x3	.145	.064	.355	2.249	.029
	x4	.068	.051	.206	1.338	.187

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dibuat model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y=21.994 + 0,134 X1 + 0,118 X2+ 0,145 X3 + 0,068 X4$$

Adapun intepetasi dari persamaan regresi berganda tersebut:

1. Nilai konstanta (a)= 21,994 menyatakan bahwa jika Harga (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) memiliki nilai 0 maka Keputusan Rahin (Y) di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung sebesar 21.994.
2. Nilai X1= 0,134 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan harga (X1) akan menaikkan Keputusan Rahin (Y) sebesar 0, 134.
3. Nilai X2= 0,118 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel Promosi (X2) akan menaikkan keputusan rahin (Y) sebesar 0,118
4. Nilai X3= 0,145 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan lokasi (X3) akan menaikkan keputusan rahin (Y) sebesar 0,145.
5. Nilai X4= 0,068 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Pelayanan (X4) akan menaikkan keputusan rahin (Y) sebesar 0,068.

Analisis Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel Harga (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) terhadap Keputusan Rahin (Y) dengan perhitungan SPSS sebagai berikut.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.328	.275	2.89733

a. Predictors: (Constant), x4, x1, x2, x3

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,328 atau 32,8% hal ini menunjukkan bahwa secara simultan Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Rahin sebesar 32,8% sedangkan sisanya 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji F menggunakan tabel ANOVA (*Analysis Of Value*) untuk melihat kesesuaian model regresi yang telah dibuat dalam hal ini hasil pengujian dengan menggunakan SPSS sebagai berikut.

Tabel 12. Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.718	4	52.179	6.216	.000 ^a
	Residual	428.121	51	8.395		
	Total	636.839	55			

a. Predictors: (Constant), x4, x1, x2, x3

b. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa nilai *F* hitung (6,216) > *F* tabel (2,55), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Harga (X1), Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Rahin di PT Bank BJB Syariah KCP Arcamanik Bandung adalah baik secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S.E. Putri, "Pengaruh Nilai Taksiran, Ujrah dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah", *Jurnal Irsyadunia*, Vol. 2, No. 1, pp. 127-139, 2022.
- [2] I. Setiawan, "Penerapan Gadai Emas Pada Bank Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *Al-Daulah J. Huk. dan Perundangan Islam*, vol. 6, no. 105, p. 213, 2016.
- [3] B. A. B. Iii, A. S. Berdirinya, and B. Bjb, *CABANG SERANG*, vol. 10. 2010.
- [4] I. Rapida, "pengaruh bauran promosi terhadap keputusan mengambil produk deposito di bank BRI Syariah KCP Tanjungsari," Vol. 1 No. 2, 2018, [online] Available: <https://jurnal.masoemiversity.ac.id/index.php/maps/article/view/209/137>
- [5] D. A. Setyawan, *Hipotesis dan Variabel Penelitian*. Sukoharjo: Tahta Media Grup, 2021
- [6] I. Nurachmi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Perluasan Pangsa Pasar Produk Dana Talang Haji di Bank Syariah Mandiri KCP Ujungberung dan KCP Rancaekek Bandung" Vol. 2 No. 1, 2018, [online] Available: <https://jurnal.masoemiversity.ac.id/index.php/maps/article/view/209/137>

- [7] M. Ibrahim and S. M. Thawil, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, pp. 2017
- [8] Kasmir, "Pengantar Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis," Depok, Rajawali Pres, 2022.