

PENGARUH STATUS EKONOMI, KEPRIBADIAN, DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS DI BPRS BHAKTI SUMEKAR KCP BLUTO

Riskia Putri¹, Alfian Rihatuz Zahrah²

Institut Dirasat Islamiyah Al-amien prenduan¹

Jl. Raya Prenduan – Sumenep, Pragaan Laok Pragaan Sumenep Madura Jawa Timur

Institut Dirasat Islamiyah Al-amien prenduan²

Jl. Raya Prenduan – Sumenep, Pragaan Laok Pragaan Sumenep Madura Jawa Timur

[*riskiaputri03@gmail.com¹*](mailto:riskiaputri03@gmail.com)
[*fianalfian83286@gmail.com²*](mailto:fianalfian83286@gmail.com)

ABSTRACT

The majority of the people of Bluto Subdistrict have middle to lower economic levels, so there are many needs that must be met, including daily needs and urgent needs. Customers who want to meet urgent needs will look for the right and fast solutions in order to be able to meet their needs. That is, by pawning gold to financial institutions, customers can borrow money from these institutions by bringing their valuables to be used as collateral. From several studies there is an element of discontinuity between one study and another, such as in Nur Jaenah's study which stated that socioeconomic status variables had no significant effect on student decisions in choosing Islamic bank savings products, whereas in Khoirul Mahdi Simamora's research it was shown that Economic conditions influence student decisions in choosing Islamic banks. This study aims to determine and analyze the effect of economic, personality and psychological status on customers' decisions to use gold pawn products. This study uses a quantitative approach with explanatory methods. The sample of this study amounted to 285 people. The results of this study indicate that there is an influence of economic and psychological status on customers' decisions to use gold pawning products, while personality does not affect customers' decisions.

Keywords: *Economic Status, Personality, Psychological, Customers' Decisions*

ABSTRAK

Masyarakat Kecamatan Bluto mayoritas tingkat ekonominya menengah ke bawah, maka banyak kebutuhan yang harus dipenuhi, di antaranya kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan mendesak. Nasabah yang ingin memenuhi kebutuhan mendesak maka akan mencari solusi yang tepat dan cepat agar bisa memenuhi kebutuhannya. Yaitu dengan menggadaikan emas kepada lembaga keuangan, nasabah bisa meminjam uang ke lembaga tersebut dengan membawa barang berharga yang dimilikinya untuk dijadikan agunan. Dari beberapa penelitian ada unsur ketidaksinambungan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, seperti pada penelitian Nur Jaenah yang menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih produk tabungan bank syari'ah, sedangkan pada penelitian Khoirul Mahdi Simamora menunjukkan bahwa keadaan ekonomi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank syari'ah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Status ekonomi, kepribadian dan psikologis terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Adapun sampel dari penelitian ini berjumlah 285 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh status ekonomi dan psikologis terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas, sedangkan kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Kata Kunci: Status ekonomi, Kepribadian, Psikologis dan Keputusan Nasabah.

PENDAHULUAN

Saat ini di Indonesia ada beberapa Lembaga/Institusi yang mempunyai otoritas dalam pengaturan tentang keuangan komersial maupun sosial, yaitu: Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Kementerian Keuangan, Kementerian Agama, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS), Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia, Badan Wakaf Indonesia. Bank Indonesia (BI) adalah Bank Sentral Republik Indonesia, yang mana merupakan lembaga negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pemerintah atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal lain yang secara tegas diatur dalam Undang-Undang tentang BI.¹

BPRS adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang berkontribusi untuk usaha mikro dan menengah. Secara kelembagaan BPRS berbadan hukum PT (Perseroan Terbatas) dan payung hukumnya adalah UU Perbankan Syariah, sama dengan bank syariah yang berbentuk BUS (Bank Umum Syariah) maupun UUS (Unit Usaha Syariah). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah selaku perpanjangan tangan lembaga keuangan formal berusaha untuk menjadi *intermediatory institution* dalam mengimplementasikan keuangan inklusif yang bertujuan untuk pemeratakan akses keuangan di Indonesia.²

Semua sektor keuangan syari'ah sangat membutuhkan peran masyarakat. Tanpa peran masyarakat, semua sektor tersebut tidak akan pernah berkembang optimal. Lebih tepatnya, kunci utamanya adalah kolaborasi berbagai pihak, baik pemerintah sebagai pembelanja besar, regulator dan supervisor, maupun masyarakat luas baik perannya sebagai pelaku usaha, praktisi maupun yang berperan sebagai konsumen. Peran yang optimal dari semua pihak itu tentu akan berdampak pada pertumbuhan ekonomi yang luar biasa, kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat dapat diwujudkan secara adil dan merata.

Cukup banyak bukti yang dipublikasikan, baik di jurnal maupun hasil riset yang menunjukkan tentang kontribusi BPRS dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, meningkatkan inklusivitas yang ditandai dengan tiga indikator keuangan inklusif Bank Indonesia, yaitu *access*, *usage*, dan *quality* menunjukkan bahwa Bank Pembiayaan

¹ Azharsyah Ibrahim dan Dkk, *Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021). 544

² Ibid 635

Rakyat Syariah sejauh ini telah berhasil menjaga dan meningkatkan kapasitasnya dalam memberikan akses, menyalurkan pembiayaan, dan rasio keuangan.³

Untuk menjaga dan meningkatkan kapasitas Bank, seorang marketing ataupun lembaga keuangan itu sendiri harus bisa menganalisis atau mampu memahami perilaku nasabah dengan baik, karena nasabah adalah subjek yang paling penting dalam berjalannya lembaga keuangan. Dimana lembaga keuangan yang sukses itu berasal dari bagaimana mereka menciptakan hubungan baik dengan para nasabah.

Perilaku nasabah itu dipengaruhi oleh psikologis, kepribadian dan status ekonomi. Dimana psikologis merupakan motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap nasabah terhadap informasi dari produk atau perusahaan. Menurut Lamb dalam Andi fakor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat serta mengambil tindakan.⁴

Adapun indikator faktor psikologi terbagi kedalam beberapa kategori yakni:

1.1 Motivasi

Motivasi, dapat menggerakkan perilaku seseorang dan memberikan tujuan dan arah pada perilaku.⁵ Alasan motivasi terjadi karena kebutuhan manusia untuk pemenuhan kebutuhan. Apabila nasabah sangat membutuhkan produk/jasa, maka ia akan mudah dalam melakukan pengambilan keputusan.

1.2 Persepsi

Persepsi, merupakan motivasi individu bertindak yang dipengaruhi oleh pandangannya. Persepsi merupakan proses memilih, mengorganisir dan menafsirkan informasi dan pengalaman yang pernah dirasakan konsumen.⁶ Alasan persepsi terjadi karena proses memilih, mengorganisir, dan menafsirkan informasi dan pengalaman yang pernah dirasakan oleh nasabah. Apabila dalam pemilihan produk atau jasa sudah dirasa cocok sesuai dengan pengalaman, maka nasabah akan mudah dalam menentukan keputusannya.

³ Ahmad Rifa'I, "Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM," *Human Falah*, vol. Volume 4, No. 2 (Desember 2017).

⁴ Andi Muhammad Irwan, "Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT.Lazada Indonesia di Kota Makassar)," *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, vol. Volume 1, No. 2 (2019). 167

⁵ Sopiah dan Sangadji Etta Mamang, *Salesman (Kepenjualan)* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016). 93

⁶ Hengki Mangiring Parulian Simarmata, dan Dkk. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021). 7

1.3 Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan atau keyakinan merupakan sebuah gagasan deskriptif terhadap sesuatu. Kepercayaan didapatkan melalui tindakan dan belajar yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen akan bertindak berdasarkan kepercayaan dan keyakinan terhadap citra merek suatu produk. Sikap merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Oleh karena itu pemasar harus mengetahui bagaimana sikap konsumen agar konsumen bersikap positif terhadap produk dan memutuskan untuk membeli.⁷ Kepercayaan merupakan pikiran yang dimiliki individu tentang sesuatu, sedangkan sikap merupakan status mental seseorang yang diekspresikan dalam perkataan maupun tindakan. Nasabah memiliki kepercayaan dan sikap yang memengaruhi perilaku pembeliannya, seperti kepercayaan akan citra, merek produk dan perusahaan.

1.4 Proses Belajar

Proses belajar, menjelaskan perubahan dalam perilaku yang timbul dari pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi suatu produk, jika konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu, sebaliknya jika tidak puas, maka konsumen tidak akan melakukan pembelian kembali. Proses belajar diperoleh dari perpaduan antara rangsangan, dorongan, tanggapan, dan penguatan pengalaman yang diterima oleh nasabah. Apabila pengalaman nasabah baik-baik saja tidak ada keluhan, maka ia akan mengulang kembali keputusannya. Sebaliknya, jika dalam pengalamannya banyak keluhan, maka ia tidak akan mengulangi keputusannya.

Kepribadian merupakan faktor yang dipengaruhi oleh demografis seperti umur dan siklus hidup, gaya hidup, dan konsep diri. Jika nasabah mendapatkan suatu iklan dari produk atau jasa ini akan bergantung pada kepribadiannya. Apabila nasabah sudah lanjut usia maka ia akan selalu memikirkan tentang kesehatannya saja, sebaliknya, jika ia masih muda maka ia akan selalu memikirkan masa depannya. Menurut Aan Ansori Kepribadian adalah keseluruhan sikap, perasaan, ekspresi, temperamen, ciri-ciri khas dan perilaku seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi dan temperamen itu akan terwujud dalam tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu. Setiap orang mempunyai kecenderungan perilaku yang baku, atau berlaku terus menerus secara konsisten dalam menghadapi situasi yang dihadapi, sehingga menjadi ciri khas pribadinya.⁸

⁷ Ibid 8

⁸ Aan Ansori, "Kepribadian dan Emosi," *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, vol. Vol. 1, No. 1. (Juni 2020): 41–54.

Menurut Nasib dkk⁹ pengukuran kepribadian konsumen ini adalah sebagai berikut:

1.1 Keturunan

Faktor keturunan juga membuat seorang nasabah memiliki kepribadian yang unik dibandingkan orang lainnya. Seorang nasabah yang hidup dari keluarga kelas atas tentunya akan mempunyai harta benda yang berkecukupan, sehingga akan mempermudah nasabah dalam pengambilan keputusan.

1.2 Lingkungan

Lingkungan dimana nasabah tinggal juga akan membentuk kepribadiannya. Lingkungan ini tentunya di luar lingkungan keluarga nasabah. Nasabah yang tinggal di suatu kompleks perusahaan dimana setiap tamu sulit untuk keluar dan masuk akan membuat kepribadian konsumen lebih baik bila dibandingkan dengan perumahan pada umumnya.

1.3 Religiusitas

Religiusitas suatu bentuk kepercayaan yang dianut oleh masyarakat terhadap sang pencipta yang dijadikan pedoman dalam menjalankan kehidupan di dunia.¹⁰ Menurut Masri dalam Yoiz Sofwa, berpendapat bahwa religiusitas tidak terbatas pada keinginan yang nampak seperti ibadah, muamalah, aktifitas sosial, belajar agama, dakwah dan jihad, tetapi kegiatan yang tidak nampak atau hanya terjadi pada batin seseorang seperti iman aan dzikir bathiniyah kepada Allah SWT.¹¹

Sedangkan status ekonomi salah satunya bisa diukur dengan pendapatan, apabila nasabah yang ekonominya menengah ke atas akan menyimpan dananya ke bank, untuk investasi maupun deposito. Sedangkan nasabah yang ekonominya kelas bawah, maka akan membutuhkan produk gadai, untuk persiapan kebutuhan mendesak. Menurut FS. Chapin dalam Javerson mengungkapkan status sosial ekonomi merupakan posisi yang ditempati individu atau keluarga yang berkenaan dengan ukuran rata-rata yang umum berlaku tentang kepemilikan kultural, pendapatan efektif, pemilikan barang dan partisipasi dalam aktivitas kelompok dari komunitasnya.¹²

⁹ Nasib dan Dkk, *Perilaku Konsumen: Studi Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi*. 15-26

¹⁰ Jaenah, "Pengaruh Religiusitas, Keluarga, Teman dan Status Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Tabungan Bank Syariah." 16

¹¹ Yoiz Shofwa, "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwekerto" (Skripsi, 2016).

¹² Javerson Taluke dan Dkk, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Tingkat Keberhasilan Mahasiswa Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat," *Jurnal Holistik*, vol. Vol. 14 No.2 1 (Juni 2021): 7.

Menurut Suyanto untuk mengukur status sosial seseorang secara rinci dapat dilihat dari:¹³

1.1 Tingkat Pendidikan

Pendidikan berperan penting dalam kehidupan manusia. Dengan pendidikan diharapkan seseorang dapat membuka pikiran untuk menerima hal-hal baru baik berupa teknologi, materi, sistem teknologi maupun berupa ide-ide baru serta bagaimana cara berpikir secara ilmiah untuk kelangsungan hidup dan kesejahteraan dirinya, masyarakat, dan tanah airnya.

Tinggi rendahnya pendidikan akan memengaruhi jenjang status sosial seseorang, karena pendidikan bukan sekadar memberikan perubahan cara pandang, cara pikir, keterampilan kerja, tetapi juga mengubah selera, minat, etiket dan cara bicara seseorang. Berdasar penjelasan tersebut, dapat ditegaskan bahwa aspek pendidikan turut berperan dalam pembentukan, minat, selera, etiket, sikap, serta cara bicara seseorang.¹⁴

1.2 Tingkat Pendapatan

Pekerjaan merupakan determinan kelas sosial lainnya. Setelah orang-orang mengembangkan jenis-jenis pekerjaan khusus, mereka menyadari bahwa beberapa jenis pekerjaan tertentu lebih terhormat dari pada pekerjaan lainnya. Pekerjaan akan menentukan status sosial ekonomi karena dari bekerja segala kebutuhan akan dapat terpenuhi. Pekerjaan tidak hanya mempunyai nilai ekonomi namun usaha manusia untuk mendapatkan kepuasan dan mendapat imbalan atau upah, berupa barang dan jasa akan terpenuhi kebutuhan hidupnya. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi kemampuannya, untuk itu bekerja merupakan suatu keharusan bagi setiap individu dalam bekerja mengandung dua segi, kepuasan jasmani dan terpenuhinya kebutuhan hidup.

1.3 Tingkat Pekerjaan.

Pendapatan akan mempengaruhi status sosial seseorang, terutama akan ditemui dalam masyarakat yang materialis dan tradisional yang menghargai status sosial ekonomi yang tinggi terhadap kekayaan. Tiap-tiap keluarga dalam memenuhi kebutuhannya memerlukan pendapatan yang sumbernya berbeda-beda dengan yang lainnya. Kemajuan ilmu pengetahuan di segala bidang menyebabkan tidak terhitungnya jumlah pekerjaan yang ada dalam masyarakat. Di mana masing-masing pekerjaan yang ada dalam masyarakat memerlukan bakat, keahlian, atau kemampuan yang berbeda untuk mendudukinya.

¹³ Suyanto, *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. 156

¹⁴ Yulisanti, *Status Sosial Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Kelas Menengah Baru*, APMD (Yogyakarta, 2000).

Pengambilan keputusan terutama dalam transaksi bisnis mengandung risiko. Oleh karena itu tahap pengambilan keputusan sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, menganalisis alternatif pilihan, mengambil keputusan dan evaluasi pasca keputusan. Nasabah yang sudah pernah melakukan transaksi dengan suatu outlet sebelumnya, akan lebih mudah memutuskan apakah dia akan bertransaksi kembali dengan outlet tersebut untuk transaksi berikutnya. Dua orang kawan baik yang melakukan transaksi, akan sampai pada titik pengambilan keputusan lebih cepat dan mudah dibanding dua orang asing yang sama sekali tidak mengenal.¹⁵

Fenomena di kehidupan sehari-hari banyak kebutuhan yang harus dipenuhi, baik yang bersifat konsumtif maupun produktif. Terkadang ada kebutuhan mendesak sementara kita tidak memiliki dana untuk menutupinya, seperti biaya pendidikan, modal usaha, biaya persalinan dan sebagainya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut kita harus mencari solusi yang baik tanpa kehilangan barang-barang berharga, salah satunya adalah emas, Emas adalah sejenis logam mulia terpercaya yang bisa mempertahankan nilainya dan digunakan dalam transaksi.¹⁶

Dengan hadirnya BPRS di daerah-daerah dengan berbagai layanan, tabungan dan pembiayaan diharapkan bisa membantu perekonomian masyarakat. Mulai dari kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan mendesak. Seperti pembiayaan gadai dimana masyarakat bisa meminjam uang ke lembaga tersebut dengan membawa barang berharga yang dimilikinya untuk dijadikan agunan. Dengan begitu pihak lembaga bisa memberikan pinjaman tanpa mengkhawatirkan risikonya. Dengan hadirnya BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pembantu Bluto, dapat mempermudah jalannya transaksi antara nasabah pedesaan dengan BPRS itu sendiri. Nasabah tidak perlu lagi pergi ke kota untuk melakukan transaksi.

Dari beberapa penelitian, ada unsur ketidaksinambungan antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, seperti dalam penelitian Ida Nurlaeli¹⁷ yang menyatakan bahwa psikologis secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, Beberapa alasan yang mendukung hal ini bahwa faktor psikologis terdiri dari pengalaman belajar dan motivasi. Dimana nasabah BPRS didominasi oleh pendidikan tingkat menengah yang masih

¹⁵ Simarmata dan Dkk, *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. 101

¹⁶ Dirk G Baur dan McDermoot Thomas K, *Is Gold a safe Haven? International Evidence* (Sydney: University of Technology, 2010). 1887

¹⁷ Ida Nurlaeli, "Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas," *Islamadina Jurnal Pemikiran Islam*, vol. Volume XVIII, No. 2 (Juni 2017): 75–106.

kurang dari sisi informasi dan keilmuan tentang ekonomi islam. Dan juga meskipun nasabah mengetahui sedikit tentang budaya atau keilmuan ekonomi islam, hal itu tidak cukup untuk menjadi pengaruh positif ketika tidak diiringi dengan faktor yang tepat berkaitan dengan kebutuhan nasabah.

Berbeda dengan penelitian Roni Andespa¹⁸ yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah, beberapa hal yang mendukung terdiri dari motivasi dan persepsi. Dimana motivasi individu akan keinginan dan kebutuhan cukup besar dalam mendorong nasabah untuk bertindak dalam mengkonsumsi suatu produk perbankan. Persepsi merupakan suatu proses dimana konsumen memilih, mengatur dan menginterpretasikan rangsangan tersebut ke dalam gambaran yang memberi makna dan melekat pada dirinya.

Dalam Penelitian Himyar Pasrizal¹⁹ menunjukkan bahwa Sifat dari kepribadian pelanggan tidak memaksakan kekuasaan atas keputusan mereka untuk menjadi nasabah BSM. Dalam penelitian ini tidak menemukan bukti empiris untuk menerima pengaruh dari kepribadian terhadap keputusan meminjam pada bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan menjadi nasabah tidak dipengaruhi oleh kepribadiannya. Sedangkan dalam penelitian Muhammad Syaifuddin²⁰, menunjukkan bahwa kepribadian memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, karena kepribadian merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perbedaan kepribadian akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam memilih atau membeli produk karena konsumen akan membeli barang yang sesuai dengan kepribadiannya.

Dalam penelitian Nur Jaenah²¹ menunjukkan bahwa variabel status sosial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel status sosial terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih produk tabungan bank syariah, dimana variabel yang paling dominan adalah variabel teman. Sedangkan penelitian Khoirul Mahdi Simamora²² menunjukkan bahwa keadaan ekonomi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank syariah.

¹⁸ Roni Andespa, "Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah," vol. Volume 2, Nomor 2, Juli-Desember 2017 (Desember 2017): 16.

¹⁹ Himyar Pasrizal dkk., "Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat," vol., no. 66 (t.t.): 12. 718

²⁰ Muhammad Syaifudin, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan," *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. Volume 4, Nomor 2 (2016): 284–299.

²¹ Nur Jaenah, "Pengaruh Religiusitas, Keluarga, Teman dan Status Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Tabungan Bank Syariah" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2019). 84

²² Khoirul Mahdi Simamora, "Pengaruh Keadaan Ekonomi dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Bank Syariah" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, 2022). i

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis perlu melakukan penelitian lebih dalam tentang pengaruh status ekonomi, kepribadian, dan psikologis terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto, mengingat faktor perilaku konsumen disebabkan oleh status ekonomi, kepribadian, dan psikologis.

Dengan tujuan peneliti adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah status ekonomi, kepribadian dan psikologis berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Karena peneliti ingin mengembangkan penelitian yang pernah dilakukan oleh Khoirul Mahdi Simamora, Muhammad Syaifuddin dan Roni Andespa, dan juga dalam penelitian ini memunculkan variabel X dan Y. Menurut Siyoto dan Sodik dalam Hardani²³ penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Biasanya, penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian inferensial untuk menguji hipotesis. Hasil uji statistik dapat menyajikan signifikansi hubungan yang dicari. Sehingga, arah hubungan yang diperoleh bergantung pada hipotesis dan hasil uji statistik, bukan logika ilmiah.

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatori, dimana menurut Kumar dalam Muhammad Darwin²⁴ penelitian eksplanatori adalah penelitian yang dapat menjelaskan bagaimana hubungan antara dua variabel atas situasi dan fenomena yang terjadi. Misalnya menjelaskan bagaimana suatu lingkungan dapat mempengaruhi perilaku, bagaimana perkembangan teknologi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan lainnya.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah gadai emas sebanyak 938 nasabah, sampel diambil dengan metode *convenience sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 285 responden. Teknik pengumpulan data adalah metode angket, Sementara teknik analisis data terdiri dari uji kualitas instrument, uji asumsi klasik, regresi linier berganda kemudian uji hipotesis. Dimana lokasi penelitian ini di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto.

²³ Hardani dan Dkk, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Kalangan: CV.Pustaka Ilmu, 2020). 238-239

²⁴ Muhammad Darwin, *Metode Pendekatan penelitian Kuantitatif* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021). 9

PEMBAHASAN

1.1 Uji Kualitas Instrument

1.1.1 Uji Validitas

Tabel 1.1 Hasil Pngujian Validitas

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Sig. (2- tailed).	Nilai signifikansi	Keterangan
1	Status Ekonomi (X₁)	Tingkat Pendidikan	X1.1	0,000	0,05	VALID
			X1.2	0,000	0,05	VALID
			X1.3	0,000	0,05	VALID
			X1.4	0,000	0,05	VALID
		Tingkat Pekerjaan	X1.5	0,000	0,05	VALID
			X1.6	0,000	0,05	VALID
			X1.7	0,000	0,05	VALID
			X1.8	0,000	0,05	VALID
		Tingkat Pendapatan	X1.9	0,000	0,05	VALID
			X1.10	0,000	0,05	VALID
			X1.11	0,000	0,05	VALID
			X1.12	0,000	0,05	VALID
2	Kepribadia n (X₂)	Keturunan	X2.1	0,000	0,05	VALID
			X2.2	0,000	0,05	VALID
			X2.3	0,000	0,05	VALID
			X2.4	0,000	0,05	VALID
		Lingkungan	X2.5	0,000	0,05	VALID
			X2.6	0,000	0,05	VALID
			X2.7	0,000	0,05	VALID
			X2.8	0,000	0,05	VALID
		Religiusitas	X2.9	0,000	0,05	VALID
			X2.10	0,000	0,05	VALID
			X2.11	0,000	0,05	VALID
			X2.12	0,000	0,05	VALID
3	Psikologis (X₃)	Motivasi	X3.1	0,000	0,05	VALID
			X3.2	0,000	0,05	VALID
			X3.3	0,000	0,05	VALID
		Persepsi	X3.4	0,000	0,05	VALID
			X3.5	0,000	0,05	VALID
			X3.6	0,000	0,05	VALID
		Kepercayaa n & Sikap	X3.7	0,000	0,05	VALID
			X3.8	0,000	0,05	VALID
			X3.9	0,000	0,05	VALID
		Proses Belajar	X3.10	0,000	0,05	VALID
			X3.11	0,000	0,05	VALID
4	Keputusan Nasabah (Y)	Pengenalan Masalah	Y.1	0,000	0,05	VALID
			Y.2	0,000	0,05	VALID
			Y.3	0,000	0,05	VALID

Pengaruh Status Ekonomi, Kepribadian, dan Psikologis terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto

		Pencarian Informasi	Y.4	0,000	0,05	VALID
		Menganalisis Alternatif Pilihan	Y.5	0,000	0,05	VALID
			Y.6	0,000	0,05	VALID
		Pengambilan Keputusan	Y.7	0,000	0,05	VALID
			Y.8	0,000	0,05	VALID
		Evaluasi Pasca Keputusan	Y.9	0,000	0,05	VALID
			Y.10	0,000	0,05	VALID

Sumber : data primer yang diolah, 2023

Dari output diatas, dapat dikatakan bahwa semua pernyataan dikatakan valid, karena nilai sig.(2-tailed) lebih kecil dari pada nilai signifikansi.

1.1.2 Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel diringkas pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Status Ekonomi (X_1)	0,860	Reliabel
2	Kepribadian (X_2)	0,923	Reliabel
3	Psikologis (X_3)	0,900	Reliabel
4	Keputusan Nasabah (Y)	0,923	Reliabel

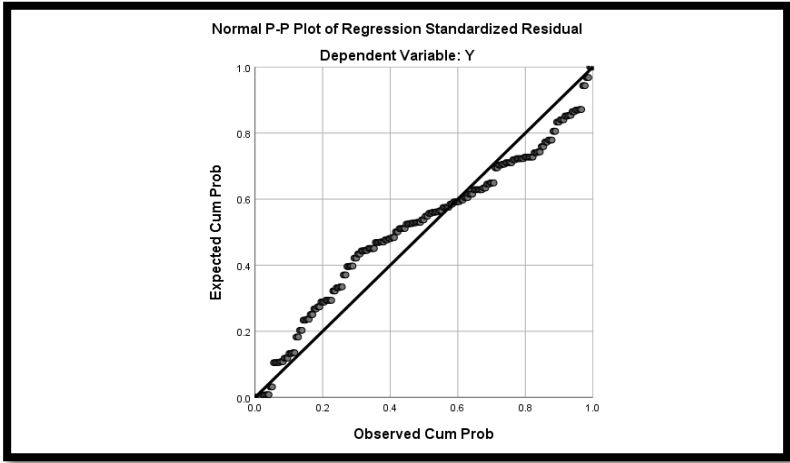
Sumber : data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan output diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel, karena semua nilai lebih besar dari 0,7.

1.2 Uji Asumsi Klasik

1.2.1 Uji Normalitas

Gambar 1.1 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Diolah oleh penulis, 2023

Berdasarkan tampilan Normal P-P Plot Regression Standardized terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu, berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun terdapat sedikit plot yang menyimpang dari garis diagonal. Jadi dapat disimpulkan bahwa data diatas bersifat normal.

1.2.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 1.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.125	1.355		.830	.407		
	X1	.155	.047	.159	3.286	.001	.335	2.982
	X2	-.037	.043	-.048	-.850	.396	.248	4.029
	X3	.768	.050	.796	15.332	.000	.293	3.415
a. Dependent Variable: Y								

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil output diatas, dalam tabel coefficient Standar Error pada variabel Status Ekonomi (X_1) menunjukkan angka 0,047, pada variabel Kepribadian (X_2) menunjukkan angka 0,043 dan pada variabel Psikologis (X_3) menunjukkan angka 0,050. Artinya indikator psikologis lebih berpengaruh dibandingkan variabel status ekonomi (X_1) dan kepribadian (X_2). Dan juga pada tabel coefficients diatas juga dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel status ekonomi (X_1) yaitu 2,982 ($2,982 < 10$), pada variabel kepribadian (X_2) yaitu 4,029 ($4,029 < 10$) dan pada variabel psikologis (X_3) yaitu 3,415 ($3,415 < 10$). Dan pada nilai tolerance pada variabel status ekonomi (X_1) yaitu 0,335 ($0,335 > 0,01$), pada variabel kepribadian (X_2) yaitu 0,248 ($0,248 > 0,01$) dan pada variabel psikologis (X_3) yaitu 0,293 ($0,293 > 0,01$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi muultikolinieritas pada data diatas.

1.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.408	.987		5.479	.000
	X1	-.063	.034	-.186	-1.843	.066
	X2	-.004	.031	-.016	-.136	.892
	X3	-.001	.036	-.003	-.029	.977
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji glejser tersebut, dapat diihat bahwa nilai signifikansi semua variabel yang ada pada tabel di atas, berada diatas 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada data tersebut.

1.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel 1.5 Hasil Uji Autokorelasi

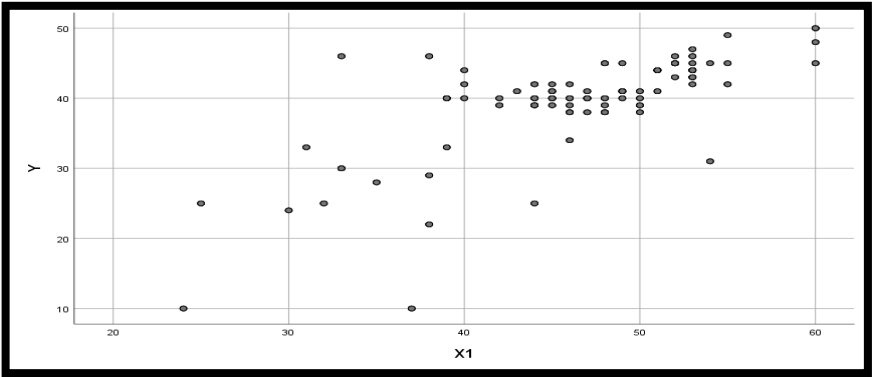
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.882 ^a	.778	.776	3.368	2.094
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Apabila kita melihat tabel Durbin-Watson, maka akan diperoleh nilai $dL=1.793$ dan $dU=1.821$. Sehingga nilai $4-dL=4-1.793=2.207$ sedangkan nilai $4-dU=4-1.821=2.179$. dimana pengambilan keputusan adalah $dU < DW < 4-dU$ ($1.821 < 2.094 < 2.179$), maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut tidak mengandung autokorelasi.

1.2.5 Uji Linieritas

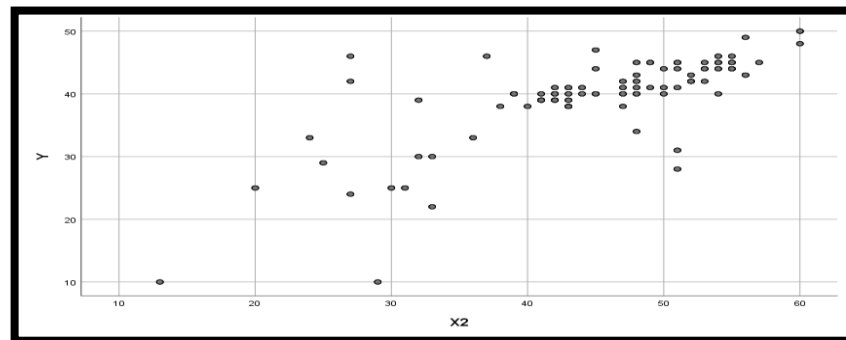
Gambar 1.2 Hasil Uji Linieritas Status Ekonomi



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan grafik scatter plot diatas, terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier dan positif antara variabel status ekonomi (X_1) dengan variabel keputusan nasabah (Y). Hubungan positif ini dapat bermakna bahwa jika status ekonomi (X_1) mengalami peningkatan maka keputusan nasabah (Y) akan meningkat pula.

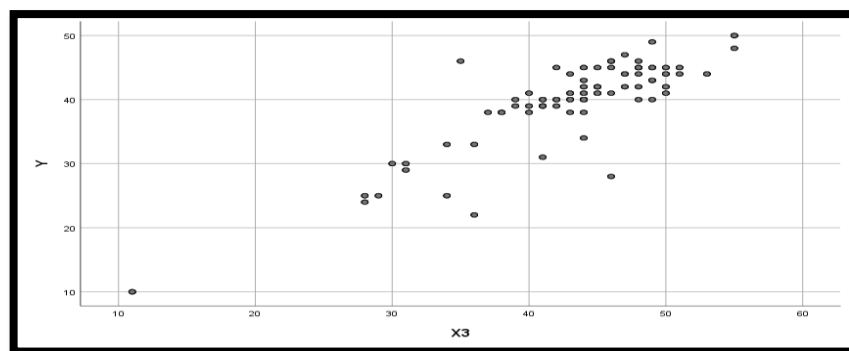
Gambar 1.3 Hasil Uji Linieritas Kepribadian



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan grafik scatter plot diatas, terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier dan positif antara variabel kepribadian (X_2) dengan variabel keputusan nasabah (Y). Hubungan positif ini dapat bermakna bahwa jika kepribadian (X_1) mengalami peningkatan maka keputusan nasabah (Y) akan meningkat pula.

Gambar 1. 1 Hasil Uji Linieritas Psikologis



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan grafik scatter plot diatas, terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang linier dan positif antara variabel psikologis (X_3) dengan variabel keputusan nasabah (Y). Hubungan positif ini dapat bermakna bahwa jika psikologis (X_3) mengalami peningkatan maka keputusan nasabah (Y) akan meningkat pula.

1.3 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	1.125	1.355		.830	.407
	Status Ekonomi	.155	.047	.159	3.286	.001
	Kepribadian	-.037	.043	-.048	-.850	.396
	Psikologi	.768	.050	.796	15.332	.000
<i>a. Dependent Variable: keputusan nasabah</i>						

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Persamaan regresinya adalah:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1.125 + 0.155 + -0.037 + 0.768 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas dijelaskan bahwa:

- Nilai Konstanta yang dimiliki adalah 1.125. Nilai tersebut mengartikan jika status ekonomi, kepribadian dan psikologis tetap, maka nilai keputusan menggunakan produk gadai emas sebesar 1.125.
- X_1 memiliki nilai koefisien 0.155. Artinya setiap terjadi kenaikan variabel status ekonomi sebesar 1% maka keputusan menggunakan produk gadai emas akan ikut naik sebesar 0.155.
- X_2 memiliki nilai koefisien -0.037. Artinya setiap terjadi penurunan variabel kepribadian sebesar 1% maka keputusan menggunakan produk gadai emas akan ikut turun sebesar -0.037.
- X_3 memiliki nilai koefisien 0.768. Artinya setiap terjadi kenaikan variabel psikologis sebesar 1% maka keputusan menggunakan produk gadai emas akan ikut naik sebesar 0.768.

1.4 Uji Hipotesis

1.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1.7 Hasil Uji Parsial

<i>Coefficients^a</i>						
<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	1.125	1.355		.830	.407
	<i>Status Ekonomi</i>	.155	.047	.159	3.286	.001
	<i>Kepribadian</i>	-.037	.043	-.048	-.850	.396
	<i>Psikologi</i>	.768	.050	.796	15.332	.000
<i>a. Dependent Variable: keputusan nasabah</i>						

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

- 1) Karena nilai t-hitung (3.286) > nilai t-tabel (1.650) dengan tingkat signifikansi variabel status ekonomi (X_1) 0.001 lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$) dan arah koefisien positif, maka disimpulkan bahwa variabel status ekonomi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
- 2) Karena nilai t-hitung (-0.850) < nilai t-tabel (1.60) dengan tingkat signifikansi variabel kepribadian (X_2) 0.396 lebih besar dari 0.05 ($0.396 > 0.05$) dan arah koefisien negatif, maka disimpulkan bahwa variabel kepribadian (X_2) memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
- 3) Karena nilai t-hitung (15.332) > nilai t-tabel (1.650) dengan tingkat signifikansi variabel Psikologis (X_3) 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan arah koefisien positif, maka disimpulkan bahwa variabel psikologis (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

1.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Tabel 1.8 Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11181.956	3	3727.319	328.512	.000 ^b
	Residual	3188.240	281	11.346		
	Total	14370.196	284			
a. Dependent Variable: keputusan nasabah						
b. Predictors: (Constant), psikologi, Status Ekonomi, kepribadian						

Sumber: Data yang primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui nilai F-hitung sebesar 328.512 dan nilai F-tabel sebesar 2.636 (nilai F-hitung > F-tabel) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).

Tabel 1.9 Hasil Uji Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.778	.776	3.368
a. Predictors: (Constant), psikologi, Status Ekonomi, kepribadian				

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

R atau Multiple R menunjukkan korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 88,2%, dalam hal ini bahwa korelasi antar Status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) dengan keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 88,2%.

R square atau koefisien deteminasi sebesar 0,778 berarti bahwa keputusan nasabah (Y) dijelaskan oleh status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) sebesar 77,8%. Atau variabel status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) mempengaruhi keputusan nasabah (Y) sebesar 77,8%.

Pengaruh Status Ekonomi (X_1) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan output coefficients, diperoleh nilai t-hitung (3.286) > nilai t-tabel (1.650) dengan tingkat signifikansi variabel status ekonomi (X_1) 0.001 lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$) dan arah koefisien positif, maka variabel status ekonomi (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Dimana status ekonomi (X_1) salah satunya bisa diukur dengan pendapatan, apabila nasabah yang ekonominya menengah ke atas akan menyimpan dananya ke bank, untuk investasi maupun deposito. Sedangkan nasabah yang ekonominya kelas bawah, maka akan membutuhkan produk gadai, untuk persiapan kebutuhan mendesak.

Hal ini sesuai dengan teori FS. Chapin mengungkapkan status sosial ekonomi merupakan posisi yang ditempati individu atau keluarga yang berkenaan dengan ukuran rata-rata yang umum berlaku tentang kepemilikan kultural, pendapatan efektif, pemilikan barang dan partisipasi dalam aktivitas kelompok dari komunitasnya.

Dan penelitian ini setara dengan penelitian penelitian Khoirul Mahdi Simamora menunjukkan bahwa keadaan ekonomi berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih bank syariah.

Faktor yang paling dominan menjadi penyebab hasil signifikan adalah tingkat pendapatan. Seseorang yang pendapatannya rendah dan tetap, sedangkan kebutuhannya meningkat maka ia akan mengambil keputusan untuk menggadaikan emas.

Pengaruh Kepribadian (X_2) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan nilai t-hitung (-0.850) < nilai t-tabel (1.60) dengan tingkat signifikansi variabel kepribadian (X_2) 0.396 lebih besar dari 0.05 ($0.396 > 0.05$) dan arah koefisien negatif, maka variabel kepribadian (X_2) memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan nasabah (Y). Kepribadian ini bisa diukur dengan keturunan, lingkungan dan religious.

Menurut Aan Ansori Kepribadian adalah keseluruhan sikap, perasaan, ekspresi, temperamen, ciri-ciri khas dan perilaku seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi dan temperamen itu akan terwujud dalam tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu. Setiap orang mempunyai kecenderungan perilaku yang baku, atau berlaku terus menerus secara konsisten dalam menghadapi situasi yang dihadapi, sehingga menjadi ciri khas pribadinya.

Penelitian ini setara dengan Penelitian Himyar Pasrizal menunjukkan bahwa Sifat dari kepribadian pelanggan tidak memaksakan kekuasaan atas keputusan mereka untuk menjadi nasabah BSM. Dalam penelitian ini tidak menemukan bukti empiris untuk menerima pengaruh dari kepribadian terhadap keputusan meminjam pada bank syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan menjadi nasabah tidak dipengaruhi oleh kepribadiannya.

Faktor utama yang menyebabkan kepribadian (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) dipengaruhi oleh faktor lingkungan, dimana faktor lingkungan tidak mempengaruhi nasabah untuk menggadaikan emas. Akan tetapi faktor yang mempengaruhi nasabah menggadaikan emas salah satunya adalah faktor status ekonomi (X_1).

Pengaruh Psikologis (X_3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y)

Berdasarkan nilai t-hitung (15.332) > nilai t-tabel (1.650) dengan tingkat signifikansi variabel Psikologis (X_3) 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan arah koefisien positif, maka variabel psikologis (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Dimana variabel psikologis (X_3) bisa diukur dengan motivasi, persepsi, keyakinan dan sikap, dan proses belajar. Apabila seseorang memiliki motivasi, persepsi, dan keyakinan yang tinggi maka ia akan mudah dalam mengambil keputusan.

Hal ini sesuai dengan teori Lamb dalam Andi faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat serta mengambil tindakan.

Keputusan nasabah menggunakan gadai emas karena mereka memiliki motivasi, persepsi keyakinan dan sikap tersendiri diantaranya: karena proses pinjaman mudah dan cepat, biaya penitipan yang rendah, produk gadai bisa memenuhi kebutuhannya, karena sesuai dengan prinsip syariah, pelayanan yang ramah dan tempat penitipan emas aman.

Hal ini terbukti dengan jawaban pernyataan responden yang mayoritas menjawab sangat setuju dan setuju pada indikator psikologis. Hal ini setara dengan penelitian Roni Andespa yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung nasabah, beberapa hal yang mendukung terdiri dari motivasi dan persepsi.

Dalam penelitian ini, nasabah memilih produk gadai karena mereka merasa yakin bahwa produk gadai bisa memenuhi kebutuhan mereka di kala mendesak. Dan juga mereka memilih produk gadai emas karena biaya penitipan yang rendah. Hal ini terbukti bahwa keunggulan dari gadai emas adalah biaya penitipan yang rendah sebesar 6 rupiah per 10.000 dari nilai taksiran.

Pengaruh Status Ekonomi (X_1), Kepribadian (X_2) dan Psikologis (X_3) Terhadap Keputusan Nasabah (Y) Menggunakan Produk Gadai Emas

Berdasarkan tabel output SPSS, diketahui nilai F-hitung sebesar 328.512 dan nilai F-tabel sebesar 2.636 (nilai F-hitung > F-tabel) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$ maka status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Walaupun secara parsial variabel kepribadian (X_2) tidak berpengaruh, tetapi secara simultan berpengaruh, hal ini disebabkan karena dalam variabel kepribadian (X_2) ada 3 indikator yaitu, keturunan, lingkungan dan religious.

Dalam hal ini indikator keturunan dan religious, mayoritas mendapat jawaban sangat setuju dan setuju dari responden. Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah (Y) memilih produk gadai dipengaruhi oleh status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3). Dengan korelasi antar Status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) dengan keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 88,2%, sedangkan variabel status ekonomi (X_1), kepribadian (X_2) dan psikologis (X_3) mempengaruhi keputusan nasabah (Y) sebesar 77,8%.

Dalam hal ini sesuai dengan teori Hawkins dkk dalam Razak²⁵, yang menyatakan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh: Budaya (*culture*), Sub-budaya (*sub-culture*), Demografis (*demographics*), Status ekonomi (*social status*), Kelompok rujukan (*reference group*), Keluarga (*family*), Kegiatan pemasaran (*marketing activities*), Persepsi (*perception*), Pembelajaran (*learning*), Memory (*memory*), Motiv (*motives*), Kepribadian (*personality*), Emosi (*emotions*) dan Sikap (*attitudes*).

PENUTUP

- a. Status ekonomi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto. Hal ini terbukti dari pengujian output SPSS dengan nilai t-hitung (3.286) > nilai t-tabel (1.650), sementara tingkat signifikansi variabel status ekonomi (X_1) 0.001 lebih kecil dari 0.05 ($0.001 < 0.05$) dan arah koefisien positif.
- b. Kepribadian tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto. Berdasarkan hasil output SPSS bahwa nilai t-hitung (-0.850) < nilai t-tabel (1.60) dengan tingkat signifikansi variabel kepribadian (X_2) 0.396 lebih besar dari 0.05 ($0.396 > 0.05$) dan arah koefisien negatif.
- c. Psikologis berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto. Dimana hasil output SPSS pada nilai t-hitung (15.332) > nilai t-tabel (1.650) dengan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan arah koefisien positif.
- d. Status ekonomi, kepribadian dan psikologis secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto. Dimana berdasarkan tabel output SPSS diketahui nilai F-hitung sebesar 328.512 dan nilai F-tabel sebesar 2.636 (nilai F-hitung > F-tabel) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$.

²⁵ Mashur Razak, *Perilaku Konsumen* (Makasar: Alauddin University Press, 2016). 205

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa, Roni. (Desember 2017) “Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Syariah.” vol. Volume 2, Nomor 2.
- Ansori, Aan. (Juni 2020) “Kepribadian dan Emosi.” *Jurnal Literasi Pendidikan Nusantara*, vol. Vol. 1, No. 1.
- Irwan, Andi Muhammad. (2019). “Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial dan Budaya terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT.Lazada Indonesia di Kota Makassar).” *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, vol. Volume 1, No. 2.
- Nurlaeli, Ida. (Juni 2017) “Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk terhadap Keputusan Nasabah Memilih BPRS di Banyumas.” *Islamadina Jurnal Pemikiran Islam*, vol. Volume XVIII, No. 2.
- Pasrizal, Himyar, Ubud Salim, dan Umar Nimran. “Pengaruh Kepribadian, Kelas Sosial, dan Budaya Pengusaha terhadap Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Sumatera Barat.” vol., no. 66 (t.t.)
- Rifa’I, Ahmad. (Desember 2017). “Peran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif Melalui Pembiayaan UMKM.” *Human Falah*, vol. Volume 4. No. 2.
- Syaifudin, Muhammad. (2016) “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan.” *EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah*, vol. Volume 4, Nomor 2
- Taluke, Javerson, dan Dkk. (Juni 2021) “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Tingkat Keberhasilan Mahasiswa Di Desa Buo Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat.” *Jurnal Holistik*, vol. Vol. 14 No.2 l.

Sumber pustaka berupa buku

- Baur, Dirk G, dan McDermoot Thomas K. 2010. *Is Gold a safe Haven?* International Evidence. Sydney: University of Technology.
- Darwin, Muhammad. 2021. *Metode Pendekatan penelitian Kuantitatif*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hardani, dan Dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Kalangan: CV.Pustaka Ilmu.
- Ibrahim, Azharsyah, dan Dkk. 2021. *Pengantar Ekonomi Islam*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Nasib, dan Dkk. 2021. *Perilaku Konsumen: Studi Dalam Pemilihan Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Simarmata, Hengki Mangiring Parulian, dan Dkk. 2021. *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sopiah, dan Sangadji Etta Mamang. 2016. *Salesman (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suyanto. 2013. *Metode Penelitian Sosial Berbagai Alternatif Pendekatan*. Jakarta: Kencana.
- Yulisanti. 2000. *Status Sosial Ekonomi dan Perilaku Konsumtif Kelas Menengah Baru*, APMD. Yogyakarta.

Sumber pustaka berupa skripsi, tesis, dan disertasi

- Jaenah, Nur. 2019. "Pengaruh Religiusitas, Keluarga, Teman dan Status Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Produk Tabungan Bank Syariah." *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
- Shofwa, Yoiz. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto." *Skripsi*.
- Simamora, Khoirul Mahdi. 2022. "Pengaruh Keadaan Ekonomi dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Bank Syariah." *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan*.