REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kebutuhan manusia terus meningkat seiring dengan berkembangnya aktivitas ekonomi. Pendanaan juga menjadi semakin diperlukan untuk memenuhi kebutuhannya.[1] Salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah melalui kegiatan pinjam meminjam. Baik perorangan atau badan hukum melakukan aktivitas peminjaman ke suatu lembaga, baik lembaga fomal maupun lembaga informal.[2]

Selain berperan sebagai lembaga intermediasi, lembaga keuangan formal dan informal ini berfungsi sebagai penyalur dana kepada masyarakat umum dengan sektor perkreditan. Pegadaian adalah tempat di mana seseorang dapat meminjam uang dengan menggunakan barang milik konsumen sebagai jaminannya. Menggunakan slogan "mengatasi masalah tanpa masalah" diharapkan dengan menggunakan moto tersebut, masyarakat tidak lagi ragu untuk menggadaikan harta atau meminjam pada pegadaian syariah.[3]

Salah satu lembaga yang menggunakan hukum gadai dalam aktifitas membiayai kebutuhan masyarakat baik yang bersifat produktif maupun konsumtif adalah Pegadaian.[4] Pegadaian syariah adalah lembaga yang menawarkan jasa

---

[1] Faryal Musnadi Ihsan, "Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Masyarakat Kabupaten Aceh Barat Daya)" (Umiversitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2020).

[2] Nurul Fauziah Olii and Nasruddin Yusuf, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Pada Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Datoe Binangkang," *Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (2021): 36–37.

[3] Muhamad Ali Muljafar, Muhammad Agus Fauzi, and Risti Lia Sari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Kendal)," *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam* 2, no. 1 (2023): 28.

[4] Amrulah Afandi, Widya Hana Fahieti, and Muhammad Zainuddin, "Pengaruh Produk Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syari'ah Pasar Merdeka Di Samarinda," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 29.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

keuangan kepada masyarakat umum dengan manjaminkan barang sebagai jaminan pinjaman. Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan yang menganut sistem gadai syariah sesuai dengan fatwa MUI.[5]

Pegadaian terdiri dari pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam maka PT Pegadaian (Persero) memperkenalkan produk gadai yang sesuai dengan syariat Islam dan prinsip syariah. Pegadaian dan produk keuangan berbasis syariah lainnya semakin populer dan banyak masyarakat Indonesia yang mulai menunjukkan minat terhadap produk tersebut. PT Pegadaian bergerak dalam bidang penyediaan produk keuangan berbasis syariah karena semakin berkembangnya produk keuangan berbasis syariah. Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyalurkan pinjaman sesuai dengan peraturan perundang-undangan pegadaian dengan tujuan untuk menghindari adanya usaha pegadaian yang melanggar hukum, praktik pinjaman riba, dan pinjaman yang tidak wajar.[6]

Namun, masih banyak masyarakat yang melakukan kegiatan pinjam meminjam dengan praktik yang melanggar seperti melakukan praktik pegadaian yang melanggar hukum, praktik pinjaman online ilegal yang menggunakan riba. Hal ini menunjukkan bahwa pinjaman secara online umumnya disukai oleh masyarakat dan dianggap sebagai cara bagi kosumen untuk mendapatkan pinjaman tanpa megeluarkan agaunan. Meskipun perusahaan ini dianggap sebagai penolong kredit yang nyata, namun tidak banyak orang yang menyadarinya, terutama jika menyangkut potensi dan dampak hukum.[7] Selain itu, karena nominal pengembalian pinjaman online jauh lebih

[5] Nia Ruhaniah, Hendri Tanjung, and Hilman Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah," *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 61.

[6] Nurul Fauziah Olii, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Datoe Binangkang" (Institut Agama Islam Negeri Manado, 2021).

[7] Ari Rahmad Hakim Bf, I Gusti Agung Wisudawan, and Yudi Setiawan, "Pengaturan Bisnis Pinjaman Secara ONline Atau Fintech Menurut Hukum Positif Di Indonesia," *Jurnal Unmas Mataram* 14, no. 1 (2020): 464.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

tinggi dibandingkan nominal yang dipinjam, maka pihak yang menggunakan layanan iki akan merugi.[8]

Masyarakat kini mempunyai pilihan tambahan untuk memperoleh dana secara cepat dan mudah sesuai kebutuhan, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Hal itu berlaku sejak dibukanya unit pegadaian syariah. Pegadaian syariah hadir sebagai alternatif pilihan dari PT. Pegadaian Alternatif (Persero) dalam memberikan layanan pinjaman dengan sistem gadai yang diharapkan mampu untuk menggerakkan sektor riil dengan berbagai kepentingan konsumen baik non muslim maupun muslim. Meningkatnya popularitas terhadap produk-produk berbasis syariah tidak menghalangi nasabah non muslim untuk menggunakan Pegadaian Syariah sebagai sarana cepat dan mudah untuk mendapatkan uang tunai dengan jaminan barang miliknya. Pegadaian syariah mampu menarik nasabah non muslim meskipun sebagian besar nasabahnya beragama Islam dengan memberikan informasi yang akurat serta keuntungan dan nilai tambah yang didapat dengan menjadi nasabah.[9]

Pegadaian syariah melayani masyarakat yang membutuhkan dengan cara meminjamkan uang kepada yang membutuhkan. Pinjaman tidak hanya terbatas pada kelas atau kelompok sosial tertentu, namun di Indonesia, kelas menengah ke atas masih merupakan mayoritas pengguna lembaga keuangan, sedangkan kelas menengah bawah hanya memiliki persentase yang sangat kecil.[10] Kantor Pegadaian Syariah/Cabang ULGS (Unit Layanan Gadai Syariah) beroperasi sebagai satu kesatuan di bawah pengawasan Divisi Usaha Syariah yang menjalankan tugas operasionalnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap cabang berada di bawah pengawasan Perum Pegadaian Kantor Wilayah (Kanwil).

[8] Iin Indriani, Nurhayati, and Sri Utaminingsih, "Analisis Dampak Dan Resiko Hukum Terhadap Praktik Pinjaman Online Di Masa Pandemi," *Jurnal Ilmu Hukum* 4, no. 1 (2021).

[9] Olii, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Datoe Binangkang."

[10] Olii and Yusuf, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Pada Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Datoe Binangkang."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Selain itu, Perum Pegadaian memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang dapat membantu dalam memberikan arahan mengenai kehalalan produk yang baru diluncurkan.[11] Salah satu Pegadaian Syariah yang berada di Jepara adalah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul yang membawahi 4 UPS (Unit Pegadaian Syariah) yang berada di area Pati.

Pegadaian syariah menyediakan berbagai produk, antara lain Ar *Rahn,* yaitu pinjaman (pembiayaan) yang memenuhi kebutuhan keuangan masyarakat melalui penggunaan agunan seperti barang elektronik, perhiasan emas, berlian, serta kendaraan bermotor dengan menganut syariah Islam. Selain itu, *Arrum* merupakan produk pegadaian yang memberikan rencana pembayaran angsuran kepada pemilik usaha mikro dan kecil atas skema pinjaman berbasis syariah yang ditujukan untuk pengembangan usaha. Agunan berupa BPKB kendaraan yang disimpan oleh nasabah untuk digunakan sebagai tujuan komersil. Praktek pegadaian yang menjual emas kepada masyarakat umum dikenal dengan istilah *Mulia.* Hal ini dapat dilakukan secara tunai atau cicil dalam jangka waktu yang telah ditentukan.[12]

Berdirinya PT Pegadaian Syariah diharapkan akan mendongkrak perekonomian daerah. Akan tetapi, masih banyak kendala yang menghambat perkembangan Pegadaian Syariah.[13] Berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti pada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara ditemukan permasalahan yang menghambat perkembangan pegadaian syariah di masyarakat yang disebabkan oleh masih banyak masyarakat yang belum mengetahui bagaimana sistem Pegadaian Syariah, masih kurangnya pengetahuan dan kesadaran serta edukasi masyarakat tentang pegadaian. Faktanya, masih banyak pelaku industri yang salah

[11] Nurni Lamsari, Rafidah, and M Taufik Ridho, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pegadaian Syariah Di Kota Jambi," *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen* 1, no. 4 (2023): 21.

[12] Fera Indria Putri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2022).

[13] Lamsari, Rafidah, and Ridho, "Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Layanan Pegadaian Syariah Di Kota Jambi."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

mengartikan Pegadaian Syariah sebagai Pegadaian Konvensional. Banyak komentar masyarakat yang menunjukkan bahwa selain dari segi terminologi, sistem Pegadaian Syariah identik dengan sistem Pegadaian Konvensional.

Rencana pemasaran yang efektif sangat diperlukan untuk membujuk konsumen agar menggunakan produk pegadaian syariah. Sifat dinamis dari perilaku konsumen menunjukkan bahwa ketika mengembangkan strategi pemasaran tidak boleh berasumsi bahwa pendekatan yang sama akan menghasilkan hasil yang sama di seluruh pasar dan industri. Elemen-elemen yang mempengaruhi perilaku konsumen penting untuk dipertimbangkan ketika mengembangkan strategi promosi yang efektif.[14]

Interaksi dinamis antara afeksi, kognisi, perilaku, dan lingkungan di mana orang terlibat dalam aktivitas pertukaran sepanjang hidup mereka dikenal sebagai perilaku konsumen. Aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis pembeli mempunyai dampak besar terhadap keputusan pembelian.[15] Faktor tersebut salah satu diantaranya yaitu persepsi, promosi, dan pengetahuan.

Ketertarikan masyarakat dalam memilih produk pegadaian syariah sangat dipengaruhi oleh persepsinya. Karena dengan persepsi masyarakat dapat mengatur dan menginterprestasikan kesan-kesan sensoris mereka untuk memberikan makna pada lingkungan.[16] Asumsi langsung terhadap sesuatu disebut dengan persepsi. Ketika informasi diperoleh dan implikasinya dipahami, maka terbentuklah persepsi atau pandangan masyarakat terhadap suatu hal. Dari kesimpulan tersebut konsumen melakukan evalusi terhadap objek persepsinya. Menumbuhkan minat konsumen harus mampu menumbuhkan opini positif terhadap produk yang ditawarkan agar dapat

[14] Oktafiani Nur Khazanah, "Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Santri Minhajut Tholabah Kembangan Bukateja Purbalingga)" (IAIN Purwokerto, 2021).

[15] Khazanah.

[16] Muhammad Iqbal Arifin, "Pengaruh Persepsi, Lokasi, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah" (Universitas Islam Negeri Lampung, 2023).

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

menarik pelanggan untuk menggunakan jasa yang dipromosikan.[17]

Hingga saat ini, persepsi masyarakat terhadap pegadaian syariah masih sangat beragam. Oleh karena itu, tantangan yang dihadapi pegadaian syariah adalah menyamakan persepsi masyarakat guna menumbuhkan pemahaman kolektif yang positif terhadap keberadaannya.[18] Untuk menumbuhkan persepsi positif masyarakat terhadap pegadaian syariah, diperlukan strategi pemasaran dan promosi efektif.

Lupiyoadi mengartikan promosi sebagai tindakan yang dilakukan pelaku usaha untuk menyampaikan keunggulan produknya dan sebagai sarana membujuk pelanggan agar membeli atau menggunakan jasa sesuai dengan kebutuhannya.[19] Mempromosikan produk pegadaian adalah cara yang bagus untuk menarik konsumen baru dan mempertahankan minat konsumen lama. Salah satu tujuan dari promosi adalah untuk mengiformasikan calon nasabah baru tentang perusahaan dan semua produk yang ditawarkannya. Hal ini juga bertujuan untuk menarik minat masyarakat dan pada akhirnya menyebabkan peningkatan jumlah pelanggan. Dengan melakukan promosi masyarakat akan terbujuk untuk melakukan pembelian dan akhirnya promosi juga dapat meningkatkan reputasi pegadaian di mata para pelanggannya.[20] Promosi akan membuat pelanggan mengetahui produk perusahaan dan membangkitkan minat mereka untuk memilih produk tersebut.[21]

Pengetahuan masyarakat sama pentingnya dengan persepsi dan promosi dalam membangkitkan minat untuk menggunakan

---

[17] Julia Sri Ningsih, "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah (Studi Pada Dosen UIN Raden Intan Lampung)" (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

[18] Ningsih.

[19] Rinnanik et al., *Ilmu Manajemen Di Era 4.0*, ed. Citrawati Jatiningrum and Sri Rahayu (Indramayu: Penerbit Adab (CV. Adanu Abimata), 2020).

[20] Afandi, Fahieti, and Zainuddin, "Pengaruh Produk Promosi Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syari'ah Pasar Merdeka Di Samarinda."

[21] Novita Mega Mentari, Yohani, and Fadli Hudaya, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Pekalongan," *Majalah Neraca*, n.d., 50.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

produk pegadaian syariah. Karena dalam memilih produk di Pegadaian Syariah perlu memperhatikan pengetahuan masyarakat mengenai produk pegadaian. Segala sesuatu yang diketahui seseorang disebut pengetahuan. Nasabah akan lebih mahir dalam mengambil keputusan jika memiliki pengetahuan yang lebih baik. Kemungkinan masyarakat akan menggunakan produk pegadaian syariah semakin meningkat seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap produk tersebut, di sisi lain semakin sedikit masyarakat umum yang mengenal produk-produk tersebut, maka semakin sedikit pula masyarakat yang tertarik.[22] Informasi yang diberikan pegadaian syariah melalui media cetak, media sosial, pamphlet, dan pengalaman pribadi juga dapat digunakan untuk menambah pengetahuan seseorang. Tujuannya untuk menggugah minat calon nasabah dalam memilih produk di Pegadaian Syariah.[23] [24]

Berbagai penelitian telah dilakukan yang selaras dengan pembahasan dalam judul penelitian ini. Namun demikian, terdapat kesenjangan dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang diteliti oleh Tika Sulaika Rohimi menunjukkan bahwa persepsi mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di PT Bank Syariah Medan Iskandar Muda.[25] Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktafiani Nur Khazanah menghasilkan temuan penelitian

[22] Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, and Nurjanah, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat," *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2019): 90.

[23] Juli Dwina Puspita Sari and Sayyidah Azzafira, "Analisis Pengaruh Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah," *Jurnal Investasi Islam* 6, no. 2 (2021): 971.

[24] Indah Apriani, Nazori Majid, and Rohana, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabungkan Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi," *Journal of Economics and Business Management* 2, no. 1 (2023): 228.

[25] Tiara Sulaika Rohimi Harahap, "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Medan Iskandar Muda," *Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 1 (2020): 3–4.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bahwa persepsi tidak mempunyai pengaruh nyata terhadap minat menabung di perbankan syariah.[26]

Selain itu, kajian yang dilakukan oleh Nia Ruhniah, Hendri Tanjung dan Hilman Hakiem pada tahun 2022 menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap keinginan menggunakan jasa Pegadaian Syariah dipengaruhi secara signifikan oleh promosi.[27] Namun penelitian yang dilakukan oleh Inayatullah, Nur Diana, dan Harun Alrasyid menghasilkan bahwa promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pengguna tabungan lembaga keuangan syariah.[28]

Muhamad Ali Muljafar, Muhammad Agus Fauzi, dan Risti Lia Sari juga melakukan penelitian yang selaras dengan judul ini yang memperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan secara parsial tidak mempengaruhi variabel minat.[29] Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Apriani, Nazori Majid, dan Rohana yang memperoleh hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh signifikan pengetahuan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS.[30]

Berdasarkan uraian fenomena diatas dan pengungkapan latar belakang, terdapat *research gap* pada penelitian terdahulu yang memperoleh hasil penelitian yang berbeda pada masing-masing variabel persepsi, promosi, dan pengetahuan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti kembali variabel dari data yang

---

[26] Khazanah, "Pengaruh Persepsi Dan Motivasi Santri Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Santri Minhajut Tholabah Kembangan Bukateja Purbalingga)."

[27] Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem, "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah."

[28] Inayatullah, Nur Diana, and Harun Alrasyid, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Minat Dan Keputusan PenggunaTabungan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Unisma Pengguna BSI," *Islamic Economic and Finance Journal* 3, no. 2 (2022): 193.

[29] Muljafar, Fauzi, and Sari, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kabupaten Kendal)."

[30] Apriani, Majid, and Rohana, "Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabungkan Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi."

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

diperoleh di atas. Dengan demikian, Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul dijadikan objek penelitian oleh peneliti karena terdapat permasalahan yang layak untuk diteliti. Maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian yang berjudul **"Pengaruh Persepsi, Promosi, dan Pengetahuan terhadap Keputusan Memilih Produk Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul".**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Persepsi Berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Produk di Pegadaian Syariah?
2. Apakah Promosi Berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Produk di Pegadaian Syariah?
3. Apakah Pengetahuan Berpengaruh terhadap Keputusan Memilih Produk di Pegadaian Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk Mengetahui dan Menjelaskan pengaruh persepsi terhadap keputusan memilih produk di pegadaian syariah
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh promosi terhadap keputusan memilih produk di pegadaian syariah
3. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap keputusan memilih produk di pegadaian syariah

D. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian tentu saja memberikan hasil yang bermanfaat bagi para peneliti dan pihak-pihak lain yang berkepentingan, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan dan praktik ilmiah. Manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis
   a. Potensi hasil penelitian ini mencakup wawasan baru dan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana persepsi, promosi, dan pengetahuan mempengaruhi keputusan nasabah tentang produk apa yang akan dipilih di pegadaian syariah. Selain itu, penelitian ini juga

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis
   a. Temuan penelitian dapat dimanfaatkan untuk memahami lebih jauh tentang bagaimana persepsi, promosi, dan pengetahuan mempengaruhi keputusan konsumen mengenai produk apa yang akan digunakan di pegadaian syariah.
   b. Sebagai sumber data, pedoman, atau masukan bagi peneliti generasi mendatang mengenai pengaruh persepsi, promosi, dan pengetahuan terhadap keputusan memilih produk di pegadaian syariah.

E. Sistematika Penulisan

Penempatan aspek struktural dan persoalan dalam skripsi untuk menghasilkan karangan ilmiah yang runtut dan tersusun rapi dalam penelitian ini disebut dengan sistematika. Sistematika ini disajikan sebagai contoh yang akan digunakan untuk pembahasan dan penelitian. Oleh karena itu dapat diatur dalam urutan metode berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Isi dari bab ini meliputi penjelasan umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Isi dari bab ini meliputi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Isi dari bab ini meliputi jenis dan pendekatan setting penelitian, populasi dan sampel, identifikasi variabel, variabel operasional, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Isi dari bab ini meliputi paparan hasil penelitian, gambaran objek penelitian, analisis data yaitu pengaruh persepsi, promosi, dan pengetahuan terhadap keputusan memilih produk di pegadaian syariah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB V : PENUTUP

Isi dari bab ini meliputi simpulan dan saran-saran kepada pembaca serta diakhiri dengan lampiran-lampiran.

REPOSITORI IAIN KUDUS