

Nomor Daftar FPEB: 0592/UN40.F7.S1/PK.05.01/2022

**KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN GADAI DI  
PEGADAIAN SYARIAH: ANALISIS MOTIVASI MENGHINDARI RIBA,  
PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada  
Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun oleh:

**Afifah Astari Nurwandi**

**1800919**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG**

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa draf skripsi ini dengan judul “Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Jasa Di Pegadaian Syariah: Analisis Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk Dan Citra Perusahaan” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan ataupun ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian saya ini.

Bandung, Agustus 2022  
Yang Membuat Pernyataan



Afifah Astari Nurwandi

NIM. 1800919

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan Gadai di  
Pegadaian Syariah: Analisis Motivasi Menghindari Riba,  
Pengetahuan Produk dan Citra Perusahaan  
Penyusun : Afifah Astari Nurwandi  
NIM : 1800919  
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2022

Dosen Pembimbing 1



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.  
NIP. 19840607 201404 2 001

Dosen Pembimbing 2



Ripan Hermawan, SS., SH., MA.  
NIP. 19801024 200501 1 001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.  
NIP. 19840607 201404 2 001



LEMBAR ACC PERBAIKAN DRAFT SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : Kamis, 18 Agustus 2022  
Nama Mahasiswa : Afifah Astari Nurwandi  
NIM : 1800919  
Judul : Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Layanan  
Gadai di Pegadaian Syariah: Analisis Motivasi  
Menghindari Riba, Pengetahuan Produk dan Citra  
Perusahaan

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji/penelaah sidang skripsi:

No	Nama Dosen Penguji/Penelaah	Paraf
1	Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.	
2	Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.	
3	Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy.	

Dosen Pembimbing 1

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.  
NIP. 19840607 201404 2 001

Dosen Pembimbing 2

Ripan Hermawan, SS., SH., MA.  
NIP. 19801024 200501 1 001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.  
NIP. 19840607 201404 2 001

FPEB-CM-14-16 REV. 00

Afifah Astari Nurwandi (1800919) “**Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Gadai di Pegadaian Syariah: Analisis Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan dan Citra Perusahaan**”, di bawah bimbingan Dr. Aas Nurasyiah, M. Si. dan Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

## **ABSTRAK**

Pegadaian Syariah merupakan lembaga keuangan non-bank yang keberadaannya banyak mendatangkan manfaat bagi masyarakat. Namun, eksistensi Pegadaian Syariah masih kalah saing dengan Pegadaian Konvensional. Hal tersebut dapat dilihat dari kinerja bisnis gadai syariah yang proporsinya selalu lebih kecil dibandingkan dengan Bisnis Gadai Konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tingkat motivasi menghindari riba, tingkat pengetahuan produk, dan tingkat citra perusahaan terhadap tingkat keputusan nasabah dalam menggunakan layanan jasa di Pegadaian Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian kombinasi antara deskriptif dengan kausalitas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu SEM-PLS dengan sampel sebanyak 190 responden. Hasil penelitian pada analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat motivasi menghindari riba, tingkat pengetahuan produk dan tingkat keputusan nasabah berada pada kategori sedang. Namun, hasil analisis deskriptif pada tingkat citra perusahaan berada pada kategori tinggi. Selanjutnya hasil dari pengujian kausalitas menghasilkan temuan bahwa tingkat motivasi menghindari riba, tingkat pengetahuan produk dan tingkat citra perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan jasa di Pegadaian Syariah. Implikasi teoretis pada temuan penelitian ini mendukung teori keputusan yang dikemukakan oleh Kotler yang menyebutkan bahwa faktor psikologis dapat mempengaruhi keputusan. Implikasi praktis pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Pegadaian Syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan cara menerapkan strategi yang berfokus pada sisi psikologis nasabah.

**Kata Kunci:** Keputusan Nasabah, Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan Produk, Citra Perusahaan, Pegadaian Syariah

Afifah Astari Nurwandi (1800919) “*Customer Decisions in Using Services at Pegadaian Syariah: Analysis of Motivation of Avoiding Usury, Knowledge and Corporate Image*”, under the guidance of Dr. Aas Nurasyiah, M. Si. and Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A.

### **ABSTRACT**

*Sharia Pawnshops is a non-bank financial institution that brings many benefits to the community. However, Sharia Pawnshops is still less competitive than the Pawnshops. It can be seen from its business proportion which is always smaller than the conventional ones. This study aims to determine the effect of the level of motivation of avoiding usury, the level of product knowledge, and the level of corporate image on the level of customer decisions in using sharia pawnshop services. The research method used was quantitative method with a combination of descriptive and causality research design. The data analysis technique used was SEM-PLS. The number of samples taken were 190 respondents. The results of the research on descriptive analysis showed that the level of motivation of avoiding usury, the level of product knowledge and the level of customer decisions were in the medium category. Meanwhile, the results of descriptive analysis at the level of corporate image were in the good category. Furthermore, using causality test, it was found that the level of motivation of avoiding usury, the level of product knowledge and the level of company image had a positive and significant influence on customer decisions in using services at the Sharia Pawnshops. The findings of the research support Kotler's decision theory, which states that one of the factors that can influence decisions is psychological factors (such as motivation, knowledge and perception). It is hoped that the findings of this study can add new insights in the field of Islamic finance. In practical terms, this research is expected to serve as a reference for Sharia Pawnshops in their efforts to increase the number of customers by implementing strategies that focus on the psychological side of their customers.*

*Keyword: Customer Decisions, Motivation of Avoiding usury, Product Knowledge, Company Image, Sharia Pawnshops*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan draf skripsi dengan judul **“Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Gadai di Pegadaian Syariah: Analisis Motivasi Menghindari Riba, Pengetahuan dan Citra Perusahaan”**. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya, dan juga para pengikutnya hingga akhir zaman. Aamiin.

Penulis sampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing, keluarga, dan juga teman-teman atas bimbingan, bantuan, dan dukungan dalam pembuatan draf skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan draf proposal skripsi ini, masih banyak terdapat kekurangan. Namun, penulis berusaha untuk membuat draf skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pihak yang berkepentingan untuk memperbaiki draf skripsi ini. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga para pembaca merasakan manfaat dari draf skripsi ini. Aamiin.

Bandung, Agustus 2022

## UCAPAN TERIMAKASIH

*Alhamdulillah* *alhamdulillah*, segala puji bagi Allah SWT, atas rahmat, nikmat, dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah limpah kepada baginda Nabi Muhammad shalallahu ‘alaihi wassalam, begitu pula kepada keluarganya, sahabatnya, serta seluruh umat yang setia mengikuti ajarannya hingga akhir zaman. Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. dan Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan Fakultas Pendidikan ekonomi dan Bisnis yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus UPI.
2. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M. Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam periode 2021 – 2025 sekaligus Dosen Pembimbing I Skripsi yang telah memotivasi, meluangkan waktunya untuk membimbing penyusunan dari proposal hingga skripsi, dan memfasilitasi agar penulis dapat menyelesaikan studi dengan tepat waktu. Terimakasih atas waktu, tenaga dan pengorbanan yang telah ibu luangkan. Semoga Allah senantiasa melindungi ibu dan melimpahkan keberkahan bagi ibu.
3. Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., M.A. selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi yang telah dengan ikhlas membimbing dan meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan moril dalam membimbing penulis dari proposal hingga skripsi ini selesai. Semoga bapak selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.
4. Bapak Firmansyah selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama delapan semester. Terima kasih atas bimbingan, saran, nasihat serta motivasi



yang selalu bapak berikan. Banyak sekali hal yang dapat penulis petik dari nasihat bapak. Semoga bapak selalu selalu dilimpahkan keberkahan serta kebahagiaan dunia dan akhirat oleh Allah SWT.

5. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si., Bapak Dr. Juliana, M.E.Sy., Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E., M.Si. Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd. M.Si., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd. M.E.Sy., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, B. Sc., M. Sc., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., dan Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, SE., MSc. selaku dosen yang telah memberikan banyak sekali ilmu dan pengajaran yang sangat berharga bagi penulis sejak awal perkuliahan hingga akhir studi. Serta saya ucapkan terima kasih kepada Ibu Lela dan Pak Hamidin selaku Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah membantu penulis dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan.
6. Bapak Cecep M. Kurnia, S.T. yang telah banyak membantu Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini serta banyak memberikan motivasi spritual kepada Peneliti. Semoga Allah membalas segala bentuk kebaikan yang telah Bapak berikan
7. Orang tua tercinta, bapak Wawan Nurwandi & Ibu Hanifah yang tanpa henti memberikan kasih sayang, do'a, dukungan moril, materil, motivasi, serta nasihat kepada penulis. Terimakasih karena mamah dan bapak selalu mengerti dan tidak memaksakan kemampuan anaknya, terimakasih karena selalu ada sebagai teman bercerita, terimakasih sudah selalu menguatkan, dan terimakasih atas segala pengorbanan yang mamah dan bapak berikan sejak penulis kecil hingga sekarang. Semoga Allah panjangkan umur mamah dan bapak agar penulis bisa membalas segala pengorbanan kalian selama ini dan penulis dapat membahagiakan kalian berdua.
8. Adik kandung tercinta, Hafsyah Khairin Nurwandi. Terimakasih karena telah banyak membantu penulis di saat penulis kesusahan. Terimakasih selalu

mendengarkan cerita dan keluh kesah penulis. Semoga Allah selalu melindungi dan memberikan keberkahan kepada erin.

9. Wa Enjang Permana (Wa guru) dan Wa intan. Terimakasih karena selalu memberi dukungan, nasihat serta do'a kepada penulis. Tak lupa, terimakasih kepada adik-adik mamah yaitu Umi Yani, Tante Ii, dan Tante Evi. Terimakasih karena selalu membantu dan banyak memberi dukungan kepada penulis. Terimakasih karena telah banyak memberikan pelajaran hidup dan berbagi cerita. Semoga Uwa dan tante-tante selalu dilindungi dan diberkahi Allah SWT
10. Adik-adik sepupu, Mughni, Ghaisa, Zulfa, Hizqil, Rara, Yathir, KeiL, Hanan. Terimakasih karena telah menjadi adik yang baik dan selalu mewarnai hari-hari penulis.
11. Sahabat-sahabat sejak SMA, Lestari dan Nur Ni'mah, terimakasih karena telah menjadi sahabat terbaik selama kurang lebih 7 tahun terakhir. Terimakasih telah mengerti dan memahami kekurangan maupun kelebihan penulis.
12. Sahabat - sahabat seperjuangan dari awal masa perkuliahan yang selalu menemani, mengerti segala kekurangan penulis dan menjadi tempat berbagi cerita baik dalam keadaan suka maupun duka yaitu Dwi Maghda, Rafa Amara, Windi Ayu, Disya Alifah dan Aliya Ahya. Terimakasih sudah menjadi teman yang sangat baik yang menemani penulis berproses selama 4 tahun ini. Banyak sekali cerita, tawa, peluk hangat, dan pelajaran yang kalian berikan kepada penulis. Semoga pertemanan ini bisa terus terjaga sampai waktu yang lama.
13. Desti Rahmadhani yang selalu menemani, selalu mendengarkan cerita, selalu mengerti kekurangan penulis, selalu menguatkan, dan selalu mendorong penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi teman yang sangat memahami penulis. Tak lupa terimakasih kepada mama edes, ayah, pipi, teh kiki, dan dede yang telah banyak membantu, selalu memberi motivasi, nasihat dan mewarnai proses penyelesaian skripsi ini.
14. Ismi, Liani, Mira, Disya yang telah meluang waktunya untuk menjawab setiap pertanyaan tentang penulisan skripsi ini. Tak lupa kepada Ipan yang selalu

memberi masukan dan banyak membantu disaat penulis mendapatkan banyak kendala dalam penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan kalian dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT.

15. DPM SEKUT BESTIE, Edes, Hafis, Nabel yang telah membantu penulis dalam berprogres pada saat kepengurusan DPM HIMA IEKI 2021. Terimakasih karena telah berbagi tawa, suka dan duka selama 2 tahun terakhir ini.
16. Teman-teman MRP yaitu Edes, Tia, Hafis, Nabel, Idon, Dimas, Rifki, Ipan, Relly. Terimakasih telah berbagi tawa, cerita serta mewarnai hari-hari akhir perkuliahan penulis.
17. Teman-teman kosan “Ambu” Mira, Widia, Ira, Adel, Rizki, dan Yessi yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu penulis Menyusun draf skripsi ini.
18. Teman-teman satu bimbingan yang telah membersamai proses penyusunan skripsi ini, Dwi, Putty, Helma, Ajeng, Fauziah, Ipan, dan Salman.
19. Keluarga besar Departemen KWU Tahun 2019-2020 yang telah mengajarkan hal-hal baru bagi penulis, menciptakan pengalaman, pembelajaran, dan kenangan yang menyenangkan selama masa organisasi.
20. Keluarga besar DPM HIMA IEKI 2021 yang telah memberikan pengalaman, pembelajaran dan kenangan yang menyenangkan.
21. Terimakasih pada diri sendiri yang tak pernah patah semangat dalam menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORETIS DAN HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	<b>9</b>
2.1. Telaah Pustaka.....	9
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2. Konsep Keputusan .....	10
2.1.3. Motivasi Menghindari Riba .....	13
2.1.4. Pengetahuan Produk .....	15
2.1.5. Citra Perusahaan .....	16
2.1.6. Pegadaian Syariah.....	18
2.2. Penelitian Terdahulu.....	23
2.3. Kerangka Teoretis dan Hipotesis Penelitian .....	36
2.3.1. Keterkaitan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan .....	36
2.3.2. Keterkaitan Pengetahuan Terhadap Keputusan .....	37
2.3.3. Keterkaitan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan .....	37

<b>BAB III OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Objek Penelitian .....	39
3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Desain Penelitian.....	39
3.4. Definisi <i>Operational Variable</i> .....	40
3.5. Populasi dan Sampel .....	42
3.6. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6.1. Instrumen Penelitian .....	44
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.8. Teknik Analisis Data .....	52
3.8.1. Analisis Deskriptif .....	52
3.8.2. Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)</i> .....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
4.1. Gambaran Umum PT. Pegadaian Syariah .....	59
4.1.1. Makna Logo Perusahaan.....	59
4.1.2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah .....	60
4.1.3. Budaya Perusahaan .....	60
4.2. Karakteristik Responden .....	61
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia .....	62
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	62
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	63
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan.....	65
4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	66
4.3. Analisis Deskriptif.....	66
4.3.1. Tingkat Motivasi Menghindari Riba (X1).....	67
4.3.2. Tingkat Pengetahuan Produk (X2).....	72

4.3.3. Tingkat Citra Perusahaan (X3) .....	76
4.3.4. Tingkat Keputusan Nasabah (Y).....	81
4.4. Analisis SEM PLS.....	85
4.4.1. Pengujian Outer Model.....	85
4.4.2. Pengujian Inner Model (Evaluasi Model Struktural).....	91
4.5. Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian .....	94
4.5.1. Pengujian Hipotesis Statistik .....	95
4.5.2. Pengaruh Tingkat Motivasi Menghindari Riba terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syariah.....	97
4.5.3. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syariah.....	98
4.5.4. Pengaruh Tingkat Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syariah.....	100
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>102</b>
5.1. Simpulan .....	102
5.2. Implikasi dan Rekomendasi.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>115</b>
Lampiran 1. Instrumen/Angket Penelitian.....	120
Lampiran 2. Data Responden Penelitian .....	126
Lampiran 3. Pengolahan SPSS .....	134
Lampiran 4. Pengolahan Kategorisasi .....	136
Lampiran 5. Pengolahan SmartPLS .....	160
Lampiran 6. CEK Plagiarisme.....	166
Lampiran 7. Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi.....	167
Lampiran 8. Catatan Bimbingan Skripsi .....	170
Lampiran 9. Surat Keputusan Sidang .....	172
Lampiran 10. Catatan Revisi Skripsi.....	175
Lampiran 11. <i>Curriculum Vitae</i> .....	178

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Nasabah PT. Pegadaian (Persero) Tahun 2016-2021 .....	1
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1	Operasional Variabel .....	40
Tabel 3. 2	Hasil Uji Validitas .....	45
Tabel 3. 3	Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 3. 4	Skala Pengukuran Kategori.....	53
Tabel 4. 1	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Motivasi Menghindari Riba .....	67
Tabel 4. 2	Kategori Variabel Tingkat Motivasi Menghindari Riba Untuk Skor Tiap Item .	69
Tabel 4. 3	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Motivasi Menghindari Riba .....	69
Tabel 4. 4	Kategori Variabel Tingkat Motivasi Menghindari Riba untuk Skor Total Variabel .....	70
Tabel 4. 5	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Motivasi menghindari Riba tiap Responden .....	71
Tabel 4. 6	Pemaknaan Kategori Variabel Motivasi Menghindari Riba .....	71
Tabel 4. 7	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Pengetahuan Produk .....	72
Tabel 4. 8	Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk Untuk Skor Tiap Item .....	74
Tabel 4. 9	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Pengetahuan Produk .	74
Tabel 4. 10	Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan Produk untuk Skor Total Variabel .....	75
Tabel 4. 11	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Pengetahuan Produk tiap Responden .....	75
Tabel 4. 12	Pemaknaan Kategori Variabel Pengetahuan Produk .....	76
Tabel 4. 13	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Citra Perusahaan .....	76
Tabel 4. 14	Kategori Variabel Citra Perusahaan Untuk Skor Tiap Item .....	78
Tabel 4. 15	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Citra Perusahaan .....	79
Tabel 4. 16	Kategori Variabel Citra Perusahaan untuk Skor Total Variabel .....	79
Tabel 4. 17	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Citra Perusahaan tiap Responden .....	80
Tabel 4. 18	Pemaknaan Kategori Variabel Citra Perusahaan .....	80
Tabel 4. 19	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Tingkat Keputusan Nasabah .....	81
Tabel 4. 20	Kategori Variabel Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Skor Tiap Item.....	83
Tabel 4. 21	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Keputusan Nasabah ..	83
Tabel 4. 22	Kategori Variabel Tingkat Keputusan Nasabah untuk Skor Total Variabel .....	84

Tabel 4. 23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Keputusan Nasabah tiap Responden .....	84
Tabel 4. 24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Keputusan Nasabah .....	85
Tabel 4. 25 <i>Loading Factors</i> sebelum Perbaikan.....	86
Tabel 4. 26 <i>Loading Factors</i> Setelah Perbaikan .....	87
Tabel 4. 27 <i>Fornel Lacker Criterion</i> .....	88
Tabel 4. 28 <i>Cross Loading</i> .....	89
Tabel 4. 29 <i>Composite Reliability</i> .....	90
Tabel 4. 30 Koefisien Determinasi Konstruk ( $R^2$ ) .....	91
Tabel 4. 31 <i>Variance Inflation Factors (VIF)</i> .....	92
Tabel 4. 32 Hasil Uji F-Square ( $F^2$ ) .....	92
Tabel 4. 33 <i>Path Coefficients</i> .....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Market Share Pegadaian Syariah.....	3
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Rekening Bisnis Gadai Pegadaian Syariah.....	3
Gambar 2. 1 Tahapan Pengambilan Keputusan Sumber.....	13
Gambar 2. 2 Pembagian Akad dalam Lembaga Keuangan Syariah.....	17
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian.....	38
Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM .....	54
Gambar 4. 1 Logo Pegadaian Syariah .....	59
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Agama.....	63
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	64
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan .....	65
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	66
Gambar 4. 9 <i>Output</i> Model Penelitian SEM-PLS.....	94

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, R., Nasution, A. A., & Bakar, A. (2022). Pengaruh Word Of Mouth, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bprs Gebu Prima Medan. *Mutlaqah: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 55–63.
- Agung, A. A. P. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Amir, R. (2015). Gadai Tanah Perspektif Ekonomi Islam. *Muamalah, Gadai Perspektif Ekonomi Islam yang*, V(1), 81–90.
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 511–538. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2021.114662>
- Anwar, F. (2016). Alasan Mengapa Semakin Tua Manusia Jadi Semakin Bijak. *detikhealth.com*.
- Apriyanti, L. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1366–1371.
- Ardianto, E. (2018). *Handbook of Public Relations*. Simbiosis Rekatama Media.
- Arifin, S., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2022). Analisis Faktor—Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah. *Jurnal Neraca Peradaban*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.55182/jnp.v2i1.86>
- Aruna, R., & Hisan, K. (2021). Kenapa Menggunakan Pegadaian Syariah? Suatu kajian di Tualang Cut, Aceh. *Ekobis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 5(1).
- Badan Pusat Statistik. (2020). Badan Pusat Statistik. Dalam *Bps.go.id*.
- BBC News. (2020). Ini adalah usia di mana kita merasa paling tidak bahagia dalam hidup. *bbc.com*.
- Burhanuddin. (2010). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*. Graha Ilmu.
- Casriyanti. (2020). Pengaruh Religiusitas , Consumer Knowledge dan Brand Image terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Bank Syariah. *Tasyri': Jurnal Mu'amalah dan Ekonomi Syari'ah*, 2(1), 52–70.
- Choirunisak, M. T. (2021). Faktor Determinan Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Emas. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 1(1), 92–111.

- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S. N., Tambunan, H., Syilvia, D., Adnyana, I. M., Vianitati, P., & Gebang, A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. CV. Media Sains Indonesia.
- Dwihapsari, R., . S., & . J. (2019). Customer Preferences in Selecting the Pawn Transaction in Pegadaian Syariah Padasuka. *KnE Social Sciences*, 3(13), 231. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i13.4207>
- Engel, F. J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (2010). *Perilaku Konsumen*. Bina Rupa Aksara.
- Fahim, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan. *Jurnal Qiema*, 5(2), 179–195.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibah, N. U. (2017). Perkembangangadai Emas Ke Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 81–97. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i1.2095>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.
- Halim, B. (2021). *Pentingnya Slip Gaji Karyawan dan 6 Manfaat Pemakaiannya*. Appseni. <https://appseni.com/pentingnya-slip-gaji-karyawan/>
- Handayani, A., Azman, H. A., & Ismail, I. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating Variable. *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.30983/es.v3i1.934>
- Handinda, R. D., & Sholeh, M. (2018). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Economia*, 14(1), 84–90.
- Harrison, S. (2005). *Marketers Guide To Public Relations*. John. Willwy And Sons, Inc.
- Huda, N., Nasution, M. E., Idris, H. R., & Wiliasih, R. (2018). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*. Prenadamedia Group.
- Indra, A. (2021). Pengaruh motivasi untuk menghindari riba dan pengetahuan produk terhadap keputusan menjadi nasabah (studi kasus pada bank mandiri syariah kc malang). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 27(1), 419–430.
- Indriasari, I. (2014). Gadai Syariah Di Indonesia. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 2(2), 61. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i2.5267>

- Iqbal, Am., Hamid, A., & Mastura. (2019). Pengaruh Motivasi, Perilaku Dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Di Aceh Tamiang. *JII: Jurnal Investasi Islam, Vol. IV*, 153–165.
- Jatun, R., & Magnadi, R. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk mengambil Pembiayaan Pada Kospin Jasa Layanan Syariah Pekalongan. *Diponegoro Journal Of Management, 4(2)*, 2013–2015.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. UMSU Press.
- Karim, A. A. (2013). *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan* (5th ed.). Pt Rajagrafindo Persada.
- Katadata.co.id. (2021). *Jumlah Penduduk Jawa Barat Menurut Agama/Kepercayaan (30 Jun 2021)*.
- Kementerian Kesehatan RI. (2020). Mengenal Perkembangan Otak Manusia dari Bayi hingga Lansia. *hellosehat.com*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Kotler & Armstrong, Principles of Marketing | Pearson. Dalam *Pearson*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Dalam *Pearson Education* (Vol. 38, Nomor 151). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. PT. IndeksKelompok Gramedia.
- Lestari, D. M. (2019). Pengaruh Kelebihan Penghasilan Dan Religiusitas Terhadap Intensi Masyarakat Desa Takeranklating Tikung Lamongan Untuk Menjadi Nasabah Di Perbankan Syariah. *JES (Jurnal Ekonomi Syariah), 4(1)*, Article 1. <https://doi.org/10.30736/jesa.v4i1.56>
- Lysonski, S., & Durvasula, S. (2013). Consumer decision making styles in retailing: Evolution of mindsets and psychological impacts. *Journal of Consumer Marketing, 30(1)*. <https://doi.org/10.1108/07363761311290858>
- Maghferat, P., & Stock, W. G. (2010). Gender Spesifik Information Search behaviour. *Webology, 7(2)*.
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi, 7(3)*, 213–222.
- Maksum, & Nazilah, J. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bmt nu jawa timur cabang lenteng. *AL-IQTISHADY: Jurnal ekonomi syariah, 2(2)*, 52–81.

- Masruroh, A. T. (2020). Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Penerapan Akad dalam Pegadaian Syariah. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 2(1).
- Maulana, F. R., Hasnita, N., & Syariah, P. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word of Mouth. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 124–137.
- Montolalu, P., & Raintung, M. Ch. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas Pada Pt.Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1808–1817.
- Muhamad. (2008). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*. Rajagrafindo Persada.
- Muhamad Umar. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Kabupaten Morowali (Studi Desa Matan Sala). *Trend*, 02(01), 1–8.
- Muhammad Zuhirsyan, & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 4(March), 763–773.
- Musyahidah, S., Ermawati, E., & Nurdin, N. (2021). The Effect of Riba Avoidance and Product Knowledge on the Decision to Become a Customer of Islamic Banks. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 04(08), 1090–1101. <https://doi.org/10.47191/ijmra/v4-i8-06>
- Novita, M., & Yulianti, P. (2020). Pengaruh Kompetensi Sosial dan Kompetensi Profesional Terhadap Penilaian Kinerja Dosen Universitas Dharma Andalas Padang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 22(2), 241–254. <https://doi.org/10.47233/jebd.v22i2.137>
- Nurasyiah, A. (2021). *Ekonometrika Terapan Pada Bidang Riset Ekonomi dan Keuangan Islam*. Upi Press.
- Nurleli, I. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Psikologi, Pelayanan, Promosi Dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bprs Di Banyumas. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 18(2).
- OJK. (2019). *Lembaga Jasa Keuangan Lainnya: Seri Literasi Keuangan Perguruan Tinggi*.
- OJK. (2020a). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah 2020*.
- OJK. (2020b). *Siklus Kehidupan Keuangan Dari Sd Hingga Pensiun*. [sikapiuangmu.ojk.go.id](https://sikapiuangmu.ojk.go.id). <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20614>
- OJK. (2021). *Bukan Wanita Biasa: Yuk Pahami Peran Wanita Dalam Keuangan Keluarga*. [ojk.go.id](https://ojk.go.id).

- Pabbajah, M., Widyanti, R. N., & Widyatmoko, W. F. (2019). The Factors of Service, Religiosity and Knowledge in the Decision of Customers To Save Funds in Sharia Banks in Yogyakarta City. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 1(2), 13–26. <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v1i2.37>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pratama, D. F., & Chaniago, H. (2018). Pengaruh Gender Terhadap Pengambilan Keputusan di Lingkungan Kerja. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 3(3), 57. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v3i3.945>
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W., & Yulianthin, N. N. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 2(1), 1–12.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta CV.
- Prihatin, K. S., & Fiana, U. (2021). Analisis Pengetahuan Masyarakat Non Muslim Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Serang Dan Kota Serang. *Progress: Jurnal Pendidikan, Akuntansi Dan Keuangan*, 4(2), 163–177. <https://doi.org/10.47080/progress.v4i2.1308>
- PT Pegadaian. (2021a). *Empowering Core Business and Resilience through Digitalization*.
- PT Pegadaian. (2021b). Laporan Tahunan 2020: Driving Sustainability. Dalam *The Strategy Pathfinder*. <https://doi.org/10.1002/9781119206026.ch10>
- PT Pegadaian Persero. (2021). Pegadaian Raih Kinerja Positif di Masa Pandemi 2020. *Kontan.co.id*.
- Putra, G. B. S., Srikandi, K., & Kadarisman, H. (2015). Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berkunjung Dan Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Taman Rekreasi PT. Selecta, Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.
- Putra, Z. A., & Safitri, R. (2021). The Relationship Between Knowledge, Brand Image and Customer Behavior of Customers Decision in Choosing Savings Products. *El Dinar*, 9(2), 142–151. <https://doi.org/10.18860/ed.v9i2.10151>
- Putri, A. N. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan Serta Kepercayaan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia (PERSERO) Medan 20000. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis [JIMEIS]*, 1(3), 1–10.
- Putri, S., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Pengaruh Produk, Pelayanan Dan Motivasi Menghindari Riba Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah. *EL MUDHORIB: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1), 30–43. <https://doi.org/10.53491/elmudhorib.v2i1.85>

- Rachmawati, A., & Widana, G. O. (2020). Pengaruh Consumer Knowledge, Brand Image, Religiusitas, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 1–20. <https://doi.org/10.37058/jes.v5i1.1502>
- Rachmawti, R. (2019). Pengaruh Pendapatan , Jumlah Nasabah Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Penyaluran Kredit Pt Pegadaian Cabang Kabupaten Jember Periode 2013 - 2017. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 15(1), 151–174. <https://doi.org/10.31967/relasi.v15i1.306>
- Rahayu, S. (2017). *Analisis Pendapatan Pegadaian Syariah : Studi Sharia Compliance (Studi pada Pegadaian Syariah Kantor Wilayah X Bandung)*.
- Rahmayani, H., Zuhirsyan, M., & Wathan, H. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Marhamah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan. *Jurnal Syarikah*, 7(2), 153–162.
- Resti, E., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri Kcp Palembang Km 6). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 1(2).
- Sahrani, S., & Abdullah, R. (2011). *Fikih Muamalah*. Ghalia Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Santoso, F. S. (2020). Motivasi Keagamaan Konsumen Muslim Dalam Penggunaan Bank Syariah. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 5(2), 103–116. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v5i2.577>
- Sartika, L., & Kanya, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan. *Almana : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 217–229.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour*. New Jersey Prentice Hall.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A skill-building approach*. Dalam *John Wiley & Sons Ltd*. (7th ed.).
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Prenadamedia Group.
- Shirin, K., & Kambiz, H. H. (2011). The Effect of the Country-of-Origin Image, Product Knowledge and Product Involvement on Consumer Purchase Decisions. *Chinese Business Review*, 10(08), 601–615. <https://doi.org/10.17265/1537-1506/2011.08.004>
- Siregar, A. (2018). Perbedaan gender dalam perilaku penemuan informasi akademis di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga. *Fisip*, 1–13.

- Soegoto, A. S., Mandey, S., & Sari, R. L. (2014). Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(2), 1222–1232.
- Sofi'i, I. (2016). Analisis Transaksi Gadai Emas Dalam Perspektif Islam (Studi Kasus Pada BMT Al Muqrin Pondok Cabe Pamulang Banten). *Keberlanjutan: Jurnal Manajemen dan Jurnal Akuntansi*, 2(1).
- Suci, Y. R. (2017). Development of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., & Butarbutar, M. (2021). *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Yayasan Kita Penulis.
- Sugiarto. (2022). *Metodologi Penelitian Bisnis* (2 ed.). CV Andi.
- Suhandjati, S. (2018). Kepemimpinan Laki-Laki Dalam Keluarga: Implementasinya pada Masyarakat Jawa. *Jurnal THEOLOGIA*, 28(2), 329–350. <https://doi.org/10.21580/teo.2017.28.2.1876>
- Sunyoto, D., & Susanti, F. E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa: Merencanakan, Mengelola, dan Membidik Pasar Jasa*. Center For Academic Publishing Service.
- Surawan, S., & Mazrur, M. (2020). *Psikologi Perkembangan Agama: Sebuah Tahapan Perkembangan Agama Manusia*. 236.
- Suryadi, E., Darmawan, D., & Mulyadi, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi: Dengan Pendekatan Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Suryani, T. (2012). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Tho'in, M. (2016). Larangan Riba Dalam Teks Dan Konteks (Studi Atas Hadits Riwayat Muslim Tentang Pelaknatan Riba). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2(02), 63–72. <https://doi.org/10.29040/jiei.v2i02.44>
- Tobing, R. P., & Bismala, L. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Polis Asuransi. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 2(1), 53–62. <https://doi.org/10.47467/visa.v2i1.813>
- Umar, F. (2015). *Pengaruh kenyamanan, kepercayaan, dan kelengkapan fitur terhadap keputusan penggunaan*. Vol 5 No 1, 1–10.
- Utami, I. W. (2017). *Perilaku Konsumen: Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. CV Pustaka Bengawan.
- Utomo, D. P., Jailani, H., & Cahyati, R. A. (2021). Pengaruh Motivasi Menghindari Riba Dan Pengetahuan Produk Koperasi Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di



- Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (Kspps) Nur Hayyu Ambara Ntb. *Iqtishaduna*, 12(2).
- Vinzi, V. E., Chin, W. W., Henseler, J., & Wang, H. (2011). Handbooks of Partial Least Square. *Springer*, 627. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-16345-6>
- Wahyulkarima, A., Nurlaeli, I., & Makhrus. (2018). Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(1), 51. <https://doi.org/10.30595/jhes.v1i1.3712>
- Wijanarko, B., & Fachrodji, A. (2020). The Analysis towards the Influence of Motivation, Brand Image, Price, and Groups Reference on Purchasing Decisions of Original Perfume Products (Study Case of Meruya Campus Undergraduate Students, Mercu Buana University). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(1), 932–941.
- Wiwoho, J. (2014). Peran Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank Dalam Memberikan Distribusi Keadilan Bagi Masyarakat. *Jurnal Masalah-Masalah Hukum*, 43(1), 87–97.
- Zaroni, A. N. (2018). Motivasi Keagamaan Dalam Bisnis (Studi Pengusaha Muslim Toko Group Jawa Indah Samarinda). *Al-Tijary*, 3(1), 29. <https://doi.org/10.21093/at.v3i1.980>