

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG UJUNG GURUN PADANG

Widdiya Listi¹, Amsah Hendri Doni²

Universitas Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

E-mail: 2003widyawidya@gmail.com¹, amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id²

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh investasi, gaya hidup dan nilai religius terhadap keputusan nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Ujung Gurun Padang baik secara parsial maupun simultan. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini yaitu masih belum optimalnya keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan emas, khususnya dalam pemanfaatan layanan digital melalui aplikasi Tring!. Meskipun jumlah nasabah cukup tinggi, masih terdapat nasabah yang belum aktif bertransaksi, yang menunjukkan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 98 nasabah dengan teknik sampling jenuh. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial investasi dan gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Sementara itu nilai religius secara parsial berpengaruh signifikan namun dengan arah negatif terhadap keputusan nasabah. Namun, apabila diuji secara bersama-sama, investasi, gaya hidup dan nilai religius berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,567 menunjukkan bahwa 56,7 % variasi keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti kepercayaan, kualitas pelayanan dan promosi produk.

Kata Kunci: Investasi, Gaya Hidup, Nilai Religius, Keputusan Nasabah.

Abstract – This study aims to determine and analyze the influence of investment, lifestyle, and religious values on customer decisions at Pegadaian Syariah Ujung Gurun Padang Branch, both partially and simultaneously. The problem faced in this study is that customer decisions in using the gold savings product are still not optimal, especially in utilizing digital services through the Tring! application. Although the number of customers is relatively high, there are still customers who are not actively conducting transactions, indicating the existence of factors influencing these decisions. This research is field research using a quantitative approach. The sample consisted of 98 customers using a saturated sampling technique. Data collection techniques were carried out through questionnaires and observations. The collected data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R^2), and hypothesis testing through t-tests and F-tests. The results of the study indicate that partially, investment and lifestyle have a positive and significant influence on customer decisions. Meanwhile, religious values partially have a significant influence but in a negative direction on customer decisions. However, when tested simultaneously, investment, lifestyle, and religious values significantly influence customer decisions. The coefficient of determination value of 0.567 indicates that 56.7% of the variation in customer decisions can be explained by these three variables, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study, such as trust, service quality, and product promotion.

Keywords: Investment, Lifestyle, Religious Values, Customer Decisions.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital intens dalam keuangan telah membawa pergantian berarti keatas pola tindakan masyarakat intens melakukan aktivitas pemodalannya. Ganti wujud ini tidak hanya terangkai atas tubuh keuangan berbasis bank, tetapi pula atas tubuh keuangan non- bank siap turut membiasakan diri atas sistem layanan berbasis digital. Salah satu instrumen pemodalannya siap lalu efek digemari masyarakat ialah emas, karena estimasi memiliki kepribadian siap wajar, aman keatas inflasi, siap mudah dicairkan intens suasana spesial. Suasana ini menekan tubuh keuangan untuk memberitahukan inovasi layanan pemodalannya emas siap lebih mudah diakses oleh masyarakat besar. (Joni Hendra. K, 2024)

Salah tubuh keuangan non- bank siap berefek aktif intens pengembangan layanan pemodalannya emas ialah PT Pegadaian meefek efek usahanya Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah timbul berlaku efek tubuh siap memberikan layanan keuangan berbasis prinsip syariah atas berbagai produk, salah satunya ialah Anggaran Emas. Produk ini yakni layanan penitipan emas siap mengizinkan masyarakat untuk mendanai emas intens bentuk beda gramasi, walhasil tidak menginginkan pembelian emas intens jumlah besar atas metode langsung. (Sopian, 2023) Atas sistem ini, masyarakat sedia melakukan pemodalannya emas atas metode berangsur- cicil sesuai kemampuan finansial tiap- masing- masing. Atas metode prinsip, operasional Pegadaian Syariah berefek atas atas pemastian syariah Islam siap merujuk atas anutan Tubuh Belian Indonesia, spesialnya terkait akad- akad siap digunakan intens bidang usaha keuangan syariah. Mengenai ini memberikan jaminan jika produk siap ditawarkan tidak mempunyai aspek riba, gharar, atau maisir, walhasil sesuai atas prinsip muamalah intens Islam. Kedatangan sistem ini menciptakan Pegadaian Syariah berlaku efek salah satu pengganti berarti masyarakat Mukmin intens melakukan pemodalannya siap aman sedia sesuai atas nilai- angka agama. (Eka Anutan Hestya Budianto, 2025)

Berbarengan atas perkembangan teknologi finansial (financial technology), Pegadaian Syariah pula melakukan inovasi layanan meefek program digital, salah satunya aplikasi Tring!. Aplikasi ini didesain untuk memberikan kelapangan buat klien intens melakukan bidang usaha Anggaran Emas, sejenis pembelian, penjualan, kontrol beda, hingga monitoring nilai emas atas metode real- time tanpa harus datang ke kantor agen. Digitalisasi layanan ini efek bentuk membiasakan diri tubuh keuangan keatas pergantian gaya hidup masyarakat siap lalu efek mengutamakan kecekatan, keahlian, sedia fleksibilitas intens berbisnis.

Untuk Philip Kotler sedia Kevin Lane Keller, ketetapan klien dipengaruhi oleh perceived value siap terwujud atas kombinasi pandangan masuk akal, intelektual, sosial, sedia adat. Intens situasi pemodalannya emas, ketetapan klien tidak hanya ditentukan oleh manfaat finansial, tetapi pula oleh gaya hidup digital siap kadar religiusitas orang intens memilah produk keuangan siap sesuai atas prinsip syariah. (Philip Kotler sedia Kevin Lane Keller, 2016)

Bersiap atas data operasional Pegadaian Syariah Agen Akhir Atasng pasir Atasng, tertera jumlah klien Anggaran Emas mencapai 4. 690 klien atas tahun 2025, atas 1. 449 klien aktif mengenakan aplikasi Tring! sedia dekat 8. 000 bidang usaha digital. Data itu meyakinkan adanya eskalasi mengangkut layanan digital, namun lagi terdapat seefek klien siap belum segenap mengenakan program digital intens berbisnis.

Peristiwa itu bawa tujuan jika ketetapan klien intens mengenakan Anggaran Emas digital tidak hanya dipengaruhi oleh pandangan kelapangan teknologi, tetapi pula oleh pandangan ekonomi, sosial, sedia religius. Atas pemikiran pemodalannya, emas dipandang berlaku efek instrumen lindung nilai (hedging) keatas inflasi. Atas pemikiran gaya hidup, masyarakat modern membidik memilah layanan siap berdaya guna, cepat, sedia berbasis digital. Sebaliknya atas pemikiran religius, patuh keatas prinsip syariah efek pandangan berarti intens membuat preferensi konsumsi produk keuangan.

Studi terdahulu umumnya lagi berfokus atas minat klien sedia mengangkut teknologi, sebaliknya kajian siap mencampurkan pandangan pemodalan, gaya hidup digital, sedia nilai religius keatas ketetapan konsumsi Anggaran Emas lagi terbatas. Studi oleh (Mawarni et al., 2025) misalnya, lebih menekankan atas dampak pengalaman sedia pengetahuan keatas minat konsumsi layanan emas digital, namun belum atas metode spesial menganalisa ketetapan konsumsi berlaku efek fleksibel akhir tindakan klien.

Bersiap atas kesenjangan itu, terdapat kemauan akademik untuk menganalisa faktor-aspek siap pengaruhi ketetapan klien intens mengenakan Anggaran Emas digital atas metode lebih global. Oleh karena itu, studi ini berarti untuk berefek dampak pandangan pemodalan, gaya hidup digital, sedia nilai religius keatas ketetapan klien intens mengenakan produk Anggaran Emas di Pegadaian Syariah Agen Akhir Atasng pasir Atasng. Studi ini diharapkan sedia memberikan kesiapan teoritis intens pengembangan wujud tindakan klien atas tubuh keuangan syariah siap kesiapan berdaya guna buat penguatan strategi digitalisasi layanan Pegadaian Syariah.

KAJIAN PUSTAKA

A. Penafsiran Sikap Konsumen

Tindakan klien yakni konsep biasa intens memahami metode pengumpulan ketetapan orang intens memilah, mengenakan, sedia memperhitungkan suatu produk atau jasa. Intens perspektif Philip Kotler sedia Kevin Lane Keller, tindakan klien dipengaruhi oleh berbagai pandangan sejenis adat, sosial, orang, sedia intelektual siap atas metode simultan membuat asumsi nilai (perceived value) keatas suatu produk. Untuk Sulomon sedia Russel mengatakan jika tindakan klien ialah metode keikutsertaan orang atau kalangan disaat memilah, membeli, mengenakan, atau membuang produk, jasa, ajaran, atau pengalaman untuk menyejukkan kemauan sedia keinginan siap untuk mendefinisikan sedia berkata fakta diri mereka. (Anisa, 2023) Klien membidik memilah produk siap memberikan manfaat amat maksimum sesuai atas kemauan, keinginan, siap nilai siap dipercayai. Intens situasi layanan keuangan syariah, tindakan klien tidak hanya dipengaruhi oleh pemikiran ekonomi, tetapi pula oleh nilai- angka religius siap melekat atas orang. (Musyidah Desta Sulaesih, 2025)

Tindakan klien yakni efek intens mengeksplorasi keatas orang, kalangan, sedia tubuh untuk memilah. (Murtiningsih Bidaatas, 2025) Bersiap atas beberapa pandangan itu, sedia disimpulkan jika tindakan klien yakni metode garis besar siap mempersiapkan orang atau kalangan intens mengambil ketetapan untuk memperoleh, mengenakan, sedia membuang produk atau jasa buat memenuhi kemauan, keinginan, siap mengekspresikan fakta diri diri.

B. Penafsiran Ketetapan Nasabah

Ketetapan klien yakni hasil akhir atas metode evaluasi pengganti siap diatas dikala saat sebelum memilah suatu produk atau layanan. Untuk Schiffman sedia Kanuk menarangkan jika ketetapan yakni determinasi atas beberapa alternatif pengganti siap ada. Ketetapan itu membalikkan aksi masuk akal sekaligus penuh marah siap dipengaruhi oleh asumsi manfaat, kelapangan, siap kesesuaian produk atas kemauan sedia agama. (Ekawati Rahayu Ningsih, 2016) Intens situasi tubuh keuangan, ketetapan klien meyakinkan kadar agama sedia pemasukan keatas suatu produk, walhasil efek indikator berarti intens mengukur keberhasilan layanan keuangan, spesialnya atas produk berbasis syariah. ketetapan ialah ketetapan klien perihal preferensi atas merek- merk siap ada intens arsip alternatif. Untuk giting ketetapan pembelian ialah membeli produk siap amat dikehendaki klien. (Tri Siswantini, 2025)

Untuk Tjiptono ketetapan pembelian ialah sesuatu metode dimana klien menguasai perkaranya, mencari informasi perihal produk atau merek spesial sedia memperhitungkan seberapa baik tiap- masing- masing pengganti itu sedia memecahkan perkaranya siap sehabis itu membidik atas ketetapan pembelian. (Siska Yuli Anita, 2024)

C. Penafsiran Investasi

Pemodalan yakni salah satu pandangan ekonomi siap berefek berarti intens membuat ketetapan klien. Pemodalan dipahami berlaku efek penanaman perhitungan disaat ini atas tujuan memperoleh keuntungan di masa depan atas mempertimbangkan efek sedia lama. (Hamdani, 2023) Untuk Shaid pengertian pemodalan ialah usaha meletakkan uang atau perhitungan atas angan- angan memperoleh tambahan atau keuntungan spesial atas uang atau perhitungan itu. (Aghnia Wulanatas, 2024) Pemodalan untuk Fitzgerald ialah aktivitas siap berhubungan atas usaha untuk menarik perhitungan siap digunakan atas masa dikala ini untuk melakukan barang modal, dimana akan menghasilkan aksi produk terbaru di masa nanti. (Irham Fahmi, 2025) Emas berlaku efek instrumen pemodalan memiliki kepribadian wajar, likuid, siap mampu mencegah nilai kekayaan atas inflasi, walhasil efek alternatif berarti masyarakat intens pengurusan keuangan durasi jauh. Intens situasi ini, asumsi keatas keamanan, keuntungan, sedia kemandirian nilai pemodalan efek pandangan siap pengaruhi ketetapan orang intens mengenakan produk anggaran emas.

D. Penafsiran Style Hidup

Tidak cuma pandangan ekonomi, gaya hidup pula efek pembatas berarti intens tindakan klien modern. Gaya hidup membalikkan pola aktivitas, minat, sedia pemikiran orang siap terwujud atas interaksi atas zona sosial sedia perkembangan teknologi. Gaya hidup ialah tata cara hidup masing- masing orang siap dituagkan intens aktivitas, minat sedia opininya. Gaya hidup ialah tata cara seseorang menempuh kehidupannya siap nampak atas aktivitas, minat, sedia opininya intens menanggapi zona dekat. (Simpati belas Aji Nuryakin, 2025) Masyarakat disaat ini membidik mengutamakan layanan siap berdaya guna, cepat, sedia berbasis digital. Pergantian pola gaya hidup ini menekan melonjaknya konsumsi layanan keuangan digital, tertera aplikasi pemodalan emas sejenis Tring!, siap mengizinkan bidang usaha diatas atas metode fleksibel tanpa batasan lama sedia tempat.

Tindakan klien ialah taat ilmu siap mempelajari tindakan orang, kalangan atau tubuh sedia proses- cara siap digunakan klien untuk memilah, mengenakan produk, pelayanan, pengalaman untuk menyejukkan kemauan sedia keinginan pelanggan. (Philip& Kotler siap Gary Armstrong, 2018)

E. Penafsiran Angka Religius

Religiusitas yakni suatu situasi, penjelasan sedia ketaatan seseorang intens menyakini suatu agama siap direalisasikan intens pengalaman nilai, determinasi, andil walhasil mendorongnya bertingkah laku laris, beraga sedia berfungsi sesuai atas panutan agama intens kehidupan masing- masing hari. Nilai religius yakni pandangan non- ekonomi siap memiliki dampak berarti intens pengumpulan ketetapan klien atas tubuh keuangan syariah. Nilai religius membalikkan kadar agama, aplikasi ibadah, pengetahuan, pengalaman kejiwaan, siap akhirnya keatas tindakan orang intens kehidupan masing- masing hari. (Lulu Mu' tamiroh, 2023) Intens situasi pemodalan syariah, orang atas kadar religiusitas siap besar membidik memilah produk keuangan siap sesuai atas prinsip Islam, lapang atas riba, gharar, sedia aspek siap tidak diperbolehkan. Mengenai ini meyakinkan jika ketetapan klien tidak hanya didasarkan atas ditaksir masuk akal, tetapi pula atas pemikiran kejiwaan sedia adab.

Bersiap atas ketergantungan antara variabel- elastis itu, sedia dipahami jika ketetapan klien intens mengenakan produk anggaran emas yakni hasil integrasi antara pandangan ekonomi, gaya hidup, sedia nilai religius. Lalu efek baik asumsi keatas pemodalan, lalu efek modern gaya hidup digital, siap lalu efek besar nilai religius siap dimiliki, sampai lalu efek besar pula kecenderungan klien untuk mengambil ketetapan intens mengenakan produk anggaran emas syariah. Atas sedemikian itu, studi ini mengajukan asumsi jika pemodalan, gaya hidup, sedia nilai religius pengaruhi keatas ketetapan klien intens mengenakan produk anggaran emas di Pegadaian Syariah.

METODE PENELITIAN

Riset ini memakai pendekatan kuantitatif atas tipe riset asosiatif kausal buat menganalisa akibat pemodal, style hidup, siap angka religius keatas ketetapan pelanggan memakai produk Dana Kencana atas PT Pegadaian Syariah Agen Akhir Atasng pasir Atasng. Populasi riset berjumlah 4.960 pelanggan konsumen Dana Kencana tahun 2025. Metode pengumpulan ilustrasi memakai sample random sampling siap didapat ilustrasi sebesar 98 responden. Elastis bebas riset terdiri atas pemodal, style hidup, siap angka religius, sebaliknya elastis terbatas ialah ketetapan pelanggan. Informasi digabungkan lewat angket rasio Likert siap pemilihan. Analisa informasi diatas memakai program SPSS lewat peratasan keabsahan, reliabilitas, anggapan klasik, regresi linear berganda, peratasan t, peratasan F, siap koefisien pemastian (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Autokorelasi

Bentuk regresi siap bagus efek regresi siap leluasa atas pertanda autokorelasi. Hasil pengetesan peratasan autokorelasi atas riset ini siap diamati atas bagan selanjutnya:

Tabel 1 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.722 ^a	.521	.505	1.66586	1.836
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2					
b. Dependent Variable: Y					

Siap : Output SPSS Versi 26

Bagan. 1 diatas membuktikan kalau angka Durbin Watson (DW) efek sebesar 1, 836. Efek pengelompokan angka DW kalau angka 1, 55– 2, 45 siap maksudnya tidak terjalin autokorelasi.

b. Peratasan Normalitas

Pengetesan normalitas informasi diatas buat mengenali informasi masing- masing elastis siap didapat itu berdistribusi wajar ataupun tidak. Bentuk regresi siap bagus efek mempunyai angka residual siap berdistribusi wajar. Di intens peratasan normalitass dibilang bila angka signifikansi $\geq 0,05$ hingga angka residual berdistribusi wajar. Selanjutnya ini ialah hasil peratasan normalitas yaitu:

Tabel 2 Hasil Uji

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58916777
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.068
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.078 ^c

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas peratasan normalitas efek Kolmogorov Smirnov diatas dikenal angka signifikansi $0,078 \geq 0,05$ hingga siap disimpulkan angka residual berdistribusi wajar.

c. Peratasan Multikolinearitas

Bentuk regresi siap bagus efek bentuk siap terbebas atas multikolinearitas. Pengetesan

multikolinearitas intens riset ini diatas atas memandang angka Tolerance siap Variance Inflation Factor (VIF). Ada pula hasil peratasan multikolinearitas dihidangkan atas bagan berikut:

Tabel 3 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.497	2.014
	X2	.421	2.374
	X3	.416	2.404

a. Dependent Variable: Y

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas hasil peratasan multikolinearitas, elastis pemodalan (X1), style hidup (X2), siap angka religius (X3) mempunyai angka $Tolerance \geq 0,10$ siap angka $VIF \leq 10$. Perihal ini membuktikan kalau tidak terjalin multikolinearitas dampingi elastis bebas alhasil bentuk regresi pantas dipakai buat analisa berikutnya.

d. Peratasan Heterokedastisitas

Peratasan heteroskedastisitas diatas buat mengenali apakah intens bentuk regresi terjalin ketidaksamaan varians residual atas satu observasi ke observasi siap lain. Bentuk regresi siap bagus efek bentuk siap tidak hadapi heteroskedastisitas. Intens riset ini, pengetesan heteroskedastisitas diatas atas memakai peratasan Glejser. Ada pula hasil peratasan heteroskedastisitas dihidangkan atas bagan selanjutnya ini:

Tabel 4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.688	1.097		.3363
	Investasi	.025	.067	.052	.714
	GayaHidup	-.091	.064	-.216	.161
	NilaiReligius	-.049	.065	-.115	.457

a. Dependent Variable: Y

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas hasil peratasan heteroskedastisitas, elastis pemodalan mempunyai angka signifikansi sebesar 0,714, style hidup sebesar 0,161, siap angka religius sebesar 0,457. Semua elastis mempunyai angka signifikansi $\geq 0,05$, alhasil siap disimpulkan kalau bentuk regresi tidak hadapi heteroskedastisitas siap pantas dipakai buat analisa berikutnya.

2. Regresi Linear Berganda

Analisa regresi linear berganda dipakai buat mengenali akibat elastis bebas (X1, X2, siap X3) keatas elastis terbatas (Y). Pengetesan ini diatas buat memandang arah siap besarnya akibat tiap- tiap elastis bebas atas cara parsial.

Tabel 5 Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5.932	1.593		.3725
	Investasi	.571	.096	.568	.000
	GayaHidup	.439	.092	.492	.000
	NilaiReligius	-.291	.091	-.329	.002

a. Dependent Variable: Y

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas hasil peratasan regresi linear berganda diatas didapat pertemuan regresi selaku selanjutnya:

$$Y = 5,932 + 0,571X_1 + 0,439X_2 - 0,291X_3$$

Bersiap atas hasil bagan diatas siap dijelaskan selaku selanjutnya:

- Angka konstanta sebesar 5,932 membuktikan kalau bila elastis pemodalan (X1), style hidup (X2), siap angka religius (X3) dikira konsisten ataupun berharga nihil, hingga ketetapan pelanggan (Y) senantiasa terletak atas angka 5,932 siap membuktikan akibat bawah siap positif keatas bentuk riset.
- Elastis pemodalan (X1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,571 atas angka signifikansi $0,000 \leq 0,05$, alhasil siap disimpulkan kalau pemodalan mempengaruhi positif siap penting keatas ketetapan pelanggan. Maksudnya, tiap kenaikan pemodalan hendak tingkatan ketetapan pelanggan intens memakai produk Dana Kencana.
- Elastis style hidup (X2) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,439 atas angka signifikansi $0,000 \leq 0,05$, alhasil mempengaruhi positif siap penting keatas ketetapan pelanggan. Perihal ini membuktikan kalau terus menefek bagus ataupun bertambah style hidup pelanggan, hingga ketetapan intens memakai produk Dana Kencana pula hendak terus menefek bertambah.
- Elastis angka religius (X3) mempunyai koefisien regresi sebesar -0,291 atas angka signifikansi $0,002 \leq 0,05$, alhasil mempengaruhi minus siap penting keatas ketetapan pelanggan. Maksudnya, kenaikan angka religius malah diiringi atas penyusutan ketetapan pelanggan intens memakai produk Dana Kencana atas anggapan elastis lain senantiasa.

3. Koefisien Pemastian (R²)

Analisa koefisien pemastian dipakai buat mengenali seberapa partisipasi variabel-variabel pemodalan, style hidup siap angka religius keatas Ketetapan nasabah.

Tabel 6 Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.553	1.583

a. Predictors: (Constant), NilaiReligius, Investasi, GayaHidup

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas hasil perataan koefisien pemastian, angka R Square (R²) sebesar 0,567 siap membuktikan kalau 56,7% alterasi Ketetapan Pelanggan (Y) siap dipaparkan oleh elastis Pemodalan (X1), Style Hidup (X2), siap Angka Religius (X3). Sedangkan itu, sebesar 43,3% dipengaruhi oleh elastis lain di luar bentuk riset, semacam keyakinan, dorongan, advertensi, wawasan, siap keringanan akses.

4. Perataan Hipotesis

a. Perataan T (Perataan Parsial)

Perataan t dipakai buat menetas siap mengenali apakah elastis independent keatas elastis terbatas atas cara perseorangan memiliki akibat penting keatas elastis terikat. Bila hasil kalkulasi membuktikan kalau $\text{sig} \leq \alpha 0,05$ hingga H_a diperoleh siap H_o ditolak. Atas begitu elastis leluasa siap menerangkan elastis terikat atas cara parsial. Ada pula hasil atas perataan t selaku berikut:

Tabel 7 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.725	.000
	Investasi	5.932	.000
	GayaHidup	4.755	.000
	NilaiReligius	-3.201	.002

Siap : Output SPSS Versi 26

Hasil perataan t parsial membuktikan kalau semua elastis bebas mempengaruhi penting keatas elastis terbatas. Elastis pemodalan (X1) mempunyai angka t jumlah sebesar 5, 932 $\geq$ 1, 986 atas signifikansi 0, 000 $\leq$ 0, 05, alhasil mempengaruhi positif siap penting, siap berarti kenaikan pemodalan hendak diiringi kenaikan ketetapan pelanggan intens memakai produk Dana Kencana. Elastis style hidup (X2) mempunyai angka t jumlah sebesar 4, 755 $\geq$ 1, 986 atas signifikansi 0, 000 $\leq$ 0, 05, alhasil pula mempengaruhi positif siap penting, siap membuktikan kalau terus menefek modern siap konsumtif style hidup pelanggan, hingga ketetapan pemakaian produk pula bertambah. Sedangkan itu, elastis angka religius (X3) mempunyai angka t jumlah sebesar -3, 201 atas signifikansi 0, 002 $\leq$ 0, 05, siap membuktikan akibat penting tetapi atas arah minus, maksudnya terus menefek besar tingkatan religiusitas responden, malah kecondongan buat mengutip ketetapan memakai produk Dana Kencana hadapi penyusutan. Atas cara totalitas, ketiga elastis penuh patokan pengetesan (t jumlah $\geq$ t bagan siap sig $\leq$ 0, 05), alhasil teruji mempengaruhi penting atas cara parsial keatas ketetapan pelanggan.

b. Perataan F (Perataan Simultan)

Perataan f dipakai buat memandang apakah elastis leluasa siap dimasukkan intens bentuk memiliki akibat keatas elastis terikat. Bila angka signifikansi $\leq$ 0, 05 siap disimpulkan seluruh elastis independent mempengaruhi simultan keatas elastis terbatas. Tidak hanya itu perataan f statistic $\geq$ F bagan hingga seluruh elastis independent atas cara simultan mempengaruhi penting keatas elastis dependen.

Tabel 8 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.590	3	102.863	41.052	.000 ^b
	Residual	235.532	94	2.506		
	Total	544.122	97			
a. Dependent Variable: KeputusanNasabah						
b. Predictors: (Constant), NilaiReligius, Investasi, GayaHidup						

Siap : Output SPSS Versi 26

Bersiap atas hasil perataan simultan (perataan F), didapat angka F jumlah sebesar 41, 052 atas tingkatan signifikansi 0, 000 $\leq$ 0, 05. Sedangkan itu, angka F bagan atas df1 = 3 siap df2 = 94 atas derajat signifikansi 5% efek 2, 70, alhasil F jumlah $\geq$ F bagan (41, 052 $\geq$ 2, 70). Hasil ini membuktikan kalau elastis pemodalan (X1), style hidup (X2), siap angka religius (X3) atas cara simultan mempengaruhi penting keatas ketetapan pelanggan (Y). Atas begitu, semua elastis bebas atas cara bersama- sama sanggup menarangkan pergantian atas elastis terbatas, alhasil bentuk regresi siap dipakai diklaim pantas buat analisa lebih lanjut.

2. Pembahasan

1. Akibat Pemodalan Keatas Ketetapan Nasabah

Hasil perataan t membuktikan elastis pemodalan mempunyai angka thitung 5, 932 $\geq$ ttabel 1, 986 atas signifikansi 0, 000 $\leq$ 0, 05. Perihal ini berarti pemodalan mempengaruhi

positif siap penting keatas ketetapan pelanggan. Atas cara teoritis, pemodalan ialah penempatan anggaran atas sesuatu peninggalan buat mendapatkan profit di era depan. Intens sikap pelanggan, ketetapan pemodalan dipengaruhi oleh anggapan keatas khasiat, resiko, siap profit siap didapat. Terus menefek besar anggapan positif keatas pemodalan, hingga terus menefek besar kecondongan pelanggan buat mengutip ketetapan memakai produk dana kencana.

Intens kondisi ini, dana kencana ditatap selaku instrumen siap nyaman, normal, siap sanggup melindungi angka kekayaan atas inflasi. Perihal itu membuat pemodalan efek estimasi penting intens pengumpulan ketetapan pelanggan. Atas begitu, pemodalan teruji efek aspek berarti siap mendesak ketetapan pelanggan intens memakai produk dana kencana.

2. Akibat Style Hidup Keatas Ketetapan Nasabah

Hasil perataan t membuktikan elastis style hidup mempunyai angka thitung 4,755 $\geq$ ttabel 1,986 atas signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Perihal ini berarti style hidup mempengaruhi positif siap penting keatas ketetapan pelanggan. Style hidup memantulkan pola kegiatan, atensi, siap pandangan orang siap terlihat intens metode mengatur finansial. Style hidup siap logis, terencana, siap mengarah era depan mengarah mendesak orang buat lebih memilah pemodalan dibanding mengkonsumsi.

Atas cara empiris, pergantian style hidup warga siap terus menefek modern siap bangun keuangan mendesak kenaikan pemahaman buat menyimpan uang siap mendanakan. Perihal ini pula dibantu oleh keringanan akses data siap layanan finansial digital. Atas begitu, style hidup berfungsi berarti intens membuat ketetapan pelanggan intens memakai produk dana kencana.

3. Akibat Angka Religius Keatas Ketetapan Nasabah

Hasil perataan t membuktikan angka thitung sebesar- 3,201 $\geq$ ttabel 1,986 atas signifikansi $0,002 \leq 0,05$. Perihal ini berarti angka religius mempengaruhi penting keatas ketetapan pelanggan, tetapi atas arah minus. Atas cara teoritis, religiusitas sepatutnya mendesak orang buat memilah produk finansial siap cocok prinsip syariah. Tetapi, hasil riset ini membuktikan kalau terus menefek besar tingkatan religiusitas, malah terus menefek menyusut kecondongan pelanggan intens memakai produk dana kencana. Situasi ini siap dipaparkan sebab pelanggan atas tingkatan religiusitas besar mengarah mempunyai standar pemilahan siap lebih kencang. Mereka tidak cuma memandang merek “syariah”, namun pula mencermati pandangan akad, metode bisnis, siap tingkatan kejelasan intens aplikasi operasional produk. Bila sedang ada keragu-raguan ataupun ketidakpastian, hingga pelanggan lebih memilah buat tidak memakai produk itu. Tidak hanya itu, akibat minus ini pula berhubungan atas keterbatasan literasi finansial syariah. Pelanggan siap religius namun belum menguasai atas cara menintens metode produk mengarah berlagak hati-hati siap menjauhi resiko ketidaksesuaian atas prinsip syariah.

Perihal ini menimbulkan ketetapan pemakaian produk efek lebih kecil. Intens seefekan permasalahan, pelanggan pula memilah pengganti pemodalan lain siap dikira lebih cocok atas prinsip syariah, semacam kepemilikan kencana atas cara langsung dibanding dana kencana atas badan finansial. Atas begitu, akibat minus angka religius tidak membuktikan antipati keatas prinsip syariah, melainkan memantulkan tingkatan kehati-hatian, selektivitas, siap keinginan hendak kejelasan disiplin syariah intens pengumpulan ketetapan.

4. Akibat Pemodalan, Style Hidup, Siap Angka Religius Keatas Ketetapan Nasabah

Hasil perataan F membuktikan angka Fhitung sebesar 41,052 $\geq$ Ftabel 2,70 atas signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Perihal ini membuktikan kalau elastis pemodalan, style hidup, siap angka religius atas cara simultan mempengaruhi penting keatas ketetapan pelanggan. Atas cara teoritis, ketetapan pelanggan ialah hasil atas cara pengumpulan ketetapan siap lingkungan siap mengaitkan bermacam aspek.

Intens riset ini, pemodalan memantulkan pandangan ekonomi logis, style hidup memantulkan pandangan psikografis, sebaliknya angka religius memantulkan pandangan agama orang. Hasil riset membuktikan kalau kala ketiga elastis dianalisis atas cara bersama-sama, akibat siap diperoleh efek lebih kokoh dibanding pengetesan atas cara parsial. Perihal ini menerangkan kalau ketetapan pelanggan tidak dipengaruhi oleh satu aspek tunggal, melainkan ialah campuran atas bermacam estimasi siap silih memenuhi. Atas cara empiris, pelanggan memikirkan bermacam perihal intens mengutip ketetapan, semacam profit pemodalan, kesesuaian atas style hidup, dan agama keatas prinsip syariah. Atas begitu, siap disimpulkan kalau pemodalan, style hidup, siap angka religius atas cara simultan mempunyai akibat penting keatas ketetapan pelanggan intens memakai produk dana emas.

KESIMPULAN

Bersiap atas hasil riset hal “Analisa Faktor- Faktor siap Pengaruhi Ketetapan Pelanggan intens Memakai Produk Dana Kencana di Pegadaian Syariah Agen Akhir Atasng pasir Atasng”, siap disimpulkan kalau ketetapan pelanggan dipengaruhi oleh aspek pemodalan, style hidup, siap angka religius, bagus atas cara parsial ataupun simultan. Elastis pemodalan siap style hidup teruji memefekkan akibat positif keatas ketetapan pelanggan, siap membuktikan kalau terus menefek bagus anggapan keatas khasiat pemodalan dan terus menefek modern siap terencana style hidup orang, hingga terus menefek besar kecondongan pelanggan intens memakai produk dana kencana. Sedangkan itu, angka religius mempunyai akibat minus, siap membawa alamat kalau tingkatan religiusitas siap lebih besar tidak senantiasa tingkatkan ketetapan pemakaian produk, melainkan memantulkan tindakan kehati-hatian siap selektivitas intens memperhitungkan kesesuaian produk atas prinsip syariah.

Atas cara totalitas, ketiga elastis itu atas cara simultan berkontribusi penting keatas ketetapan pelanggan, siap membuktikan kalau cara pengumpulan ketetapan tidak cuma didasarkan atas satu aspek tunggal, namun ialah hasil integrasi atas estimasi ekonomi, intelektual, siap religius. Penemuan ini menanggapi tujuan riset kalau ketetapan pelanggan intens memakai produk dana kencana tercipta atas campuran faktor- faktor itu siap silih mempengaruhi atas cara lingkungan intens membuat sikap finansial nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghnia Wulanatas. (2024). Teori Ekonomi 1 (Efitra (ed.); pertama). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Anisa, N. (2023). Perilaku Konsumen (Demita Sihotang (ed.); 1st ed.). IOCS Publisher.
- Eka Wahyu Hestya Budianto. (2025). Akad Wadiah Intens Fiqih Muamalah (Nindi Dwi Tetria (ed.)). PT. Afanin Media Utama.
- Ekawati Rahayu Ningsih. (2016). Manajemen Pemasaran. Dipa STAIN kUDUS.
- Hamdani, H. (2023). Faktor Siap Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Atas Pt. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. Ekonis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 24(2), 167–181.
- Irham Fahmi. (2025). Manajemen investasi (S. Dr. Firdya Arie Pratama (ed.)). PR. arr rad Pratama.
- Joni Hendra.K. (2024). Bank Dan Lembaga Keuangan Bukan Bank(Perspektif Ekonomi Syariah) (Khairul Azan (ed.)).
- Lulu Mu'tamiroh. (2023). Nilai Religius (Sri Utami (ed.); 1st ed.). CV. Adanu Abimata.
- Mawarni, B., Ridwansyah, R., & Verawati, H. (2025). Analisis Faktor-Faktor Siap Mempengaruhi Minat Nasabah Atas Investasi Emas Meefek Aplikasi Pegadaian Intens Perspektif Bisnis Islam. Jurnal Lentera Bisnis, 14(2), 1564–1580.
- Murtiningsih Dewi. (2025). Perilaku Konsumen (Ahmad Kanafi (ed.)). CV Budi Utama.
- Musyidah Desta Sulaesih. (2025). Perilaku Konsumen (Munajim Ahmad (ed.); 1st ed.). PT. Penerbit Qriset Indonesia.
- Philip & Kotler dan Gary Armstrong. (2018). Marketing Manajemen. Pearson Education.

- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Manajemen* (edisi ke 1). New Jersey : Pearson Education.
- Rahmat Aji Nuryakin. (2025). *Perilaku kosumen dan gaya hidup* (Sepriano (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siska Yuli Anita, dkk. (2024). *Pengantar ekonomi mikro dan makro* (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Sopian, A. A. (2023). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Produk Pt Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Menefek Nasabah Tabungan Emas Atas Masa Pandemi Covid-19. *AKSY Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 4(2), 1–16.
- Tri Siswantini. (2025). *Manajemen Keuangan* (1 (ed.)). Widina Media Utama.