

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN GADAI EMAS DI CABANG PEGADAIAN SYARIAH UNIT PASAR BABAKAN KOTA TANGERANG

Muklis¹

Reza Kurnia Ningsih²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Islamic Village

Email: muklisstes61@gmail.com, kurnianingsihreza@gmail.com

Abstract

Nowadays, the growth of pawnshops is increasing rapidly. Competition among pawnshop players is getting tighter. Therefore, to win the competition the sharia pawnshops should improve its services to the customers. In the tight competition, service quality is very important factor to enhance the performance of the company. Therefore, the research aims to measure the service quality dimensions that influence the decision of customer to take financing from the pawnshop. This is quantitative research, in which the research sample are 80 respondents with the sampling technique probability random sampling which the object of study are customers of the sharia Pawnshop branch Pasar Babakan Tangerang City. The findings of this study are based on the results of the F test. Service Quality Variables consisting of physical evidence (X1), reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), and Empathy (X5) on the variable Customer Decision (Y) have a significant effect. simultaneous with the customer's decision to make a pawn at the Sharia Pawnshop branch of the Pasar Babakan Tangerang City. This is evidenced by the significant value of 0.000 and the calculated F value (67.243) is greater than the F table (2.22). And the coefficient of determination (R square) of 80.7% means that the variables of physical evidence (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4), and empathy (X5) affect the dependent variable, namely Customer Decision (Y) of 80.7%.

Keywords: Service Quality (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Physical Evidence); Pawn Decisions; Gold Pawn; Sharia pawnshops.

PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat terhadap uang tunai terkadang menjadi kebutuhan yang tak terduga, yang sesegera dibutuhkan pada waktu-waktu tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sangat mendesak yang mencakupi kebutuhan primer, sekunder, maupun kebutuhan pelengkap demi keberlangsungan hidup. Akan tetapi kebutuhan tersebut tidak diimbangi dengan ketersediannya uang tunai yang dimiliki. Maka solusi untuk mengatasi hal tersebut masyarakat akan mendatangi lembaga-lembaga keuangan atau individu-individu yang bisa menalangi dengan perjanjian barang yang diserahkan sebagai pinjaman.

Gadai menjadi jalan keluar untuk mendapatkan uang tunai dalam waktu yang secepat mungkin dengan jaminan barang berharga berupa emas, kendaraan bermotor, surat-surat berharga, dan lainnya. Emas merupakan logam mulia yang memiliki nilai tinggi. Karena itu, semua masyarakat Indonesia pasti memiliki aset berharga seperti emas agar jika sewaktu-waktu ada kebutuhan yang mendesak, emas tersebut bisa dijual atau digadaikan. Produk gadai yang ditemui di perum pegadaian syariah maupun lembaga keuangan syariah adalah emas.

Dalam pegadaian, masalah pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan dianggap mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap gadai emas di pegadaian syariah. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tatakrama. (Jamaludin & Aminah, 2021) Sedangkan tujuan utama memberikan pelayanan yaitu untuk menarik minat nasabah dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan merupakan strategi yang dapat membedakan antara lembaga keuangan non-bank satu dengan yang lainnya, dengan memberikan

pelayanan yang baik tentunya nasabah akan berminat dan merasa puas atau senang sehingga akan tetap menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah cabang kota Tangerang.

Meskipun pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan bentukan pemerintah, akan tetapi masih minimnya minat masyarakat melakukan kegiatan gadai di pegadaian. Nasabah yang menggunakan jasa gadai tidak signifikan bahkan hanya dapat menyentuh kalangan menengah hingga menengah ke bawah. Artinya, pegadaian belum sepenuhnya diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.

Oleh karena itu untuk dapat mempengaruhi keputusan nasabah yang positif, perlu di tingkatkan kualitas pelayanan kepada para nasabah agar dapat memberikan loyalitasnya kepada perusahaan. Keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai tentu sangat dipengaruhi oleh faktor pelayanan. Kepuasan nasabah dapat dicapai apabila nasabah lama dapat dipertahankan dan mencari nasabah baru. Kepuasan atas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang akan menyebabkan pihak nasabah tetap mempercayakan gadai emas kepada pihak Pegadaian Syariah, dan mungkin dapat mengajak kerabat untuk melakukan transaksi gadai emas di Pegadaian Syariah sehingga semakin banyaknya nasabah bertransaksi gadai emas di Pegadaian Syariah dapat menghindarkan nasabah dari unsur riba yang ada di masyarakat. Sejauh ini cabang Pegadaian Syariah unit Pasar Babakan kota Tangerang sudah melakukan upaya pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan agar menghasilkan kepuasan nasabah dan keputusan nasabah untuk kembali menggunakan jasa gadai emas di cabang Pegadaian Syariah unit Pasar Babakan kota Tangerang

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul "**Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Gadai Emas Di Cabang Pegadaian Syariah Unit Pasar Babakan Kota Tangerang**". Adapun Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang dapat diketahui sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan gadai emas di cabang Pegadaian Syariah unit Pasar Babakan Kota Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati secara keseluruhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di Perum Pegadaian Syariah kota Tangerang.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya (Kotler 2000, 41) Menurut Sutedja pelayanan atau servis dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan atau keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain (Sutedja 2007, 15) Maka kesimpulannya Pelayanan merupakan suatu cara pemberian jasa yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain. Pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima pelanggan dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan pelanggan lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterimapelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan pelanggan lebih rendah dari layanan yang diterima pelanggan, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan

Rambat Lumpiyoadi mengungkapkan bahwa indikator Pelayanan dalam mengetahui Pelayanan suatu perusahaan itu sudah baik adalah:

1. *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu organisasi dalam memberikan jasanya kepada pihak nasabah, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan perlengkapan yang digunakan, serta penampilan kepegawaian.
2. *Reliability* atau kehandalan yaitu kemampuan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (Responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* atau jaminan yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai dalam suatu organisasi untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada organisasi.

5. *Empathy* atau empati, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah.

Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan adalah proses menilai dan memilih salah satu produk atau jasa yang dianggap paling sesuai dengan harapan konsumen dan paling menguntungkan diantara alternatif-alternatif lain yang tersedia (Muanas 2014, 41) (Jamaludin & A'is, n.d.) Menurut Peter dan Olson mendefinisikan inti dari keputusan pembelian adalah sebuah proses yang memadukan pengetahuan untuk memilih salah satu dari berbagai perilaku alternatif setelah dilakukannya sebuah evaluasi (Peter 2013, 163)

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, diantaranya:

1. Sikap orang lain.

Sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang, pengurangan alternatif tersebut akan bergantung pada dua hal yaitu:

- a. Intensif sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai nasabah.
- b. Motivasi nasabah untuk mengikuti keinginan orang lain. Karena semakin besar sikap negatif orang lain, maka akan semakin besar pula nasabah akan mengubah keputusan pembeliannya. Sebaiknya, persepsi seseorang terhadap suatu produk akan meningkat jika seseorang juga menyukai produk yang dia inginkan.

2. Situasi yang tidak terduga

Situasi seperti ini yang dapat muncul dan mengubah niat keputusan pembelian nasabah, keputusan nasabah untuk menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan. Resiko yang dirasakan nasabah sangatlah berbeda-beda menurut besarnya uang yang dipertaruhkan, dan besarnya kepercayaan diri konsumen. Untuk mengurangi resiko-resiko tersebut, maka konsumen mengembangkan rutinitas tertentu seperti penghindaran keputusan, pengumpulan informasi dari teman-teman dan preferensi atas merek dalam negeri. Dalam konteks ini pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan adanya resiko dalam diri nasabah dan memberikan informasi serta dukungan untuk mengurangi resiko yang dirasakan

PENELITIAN TERDAHULU

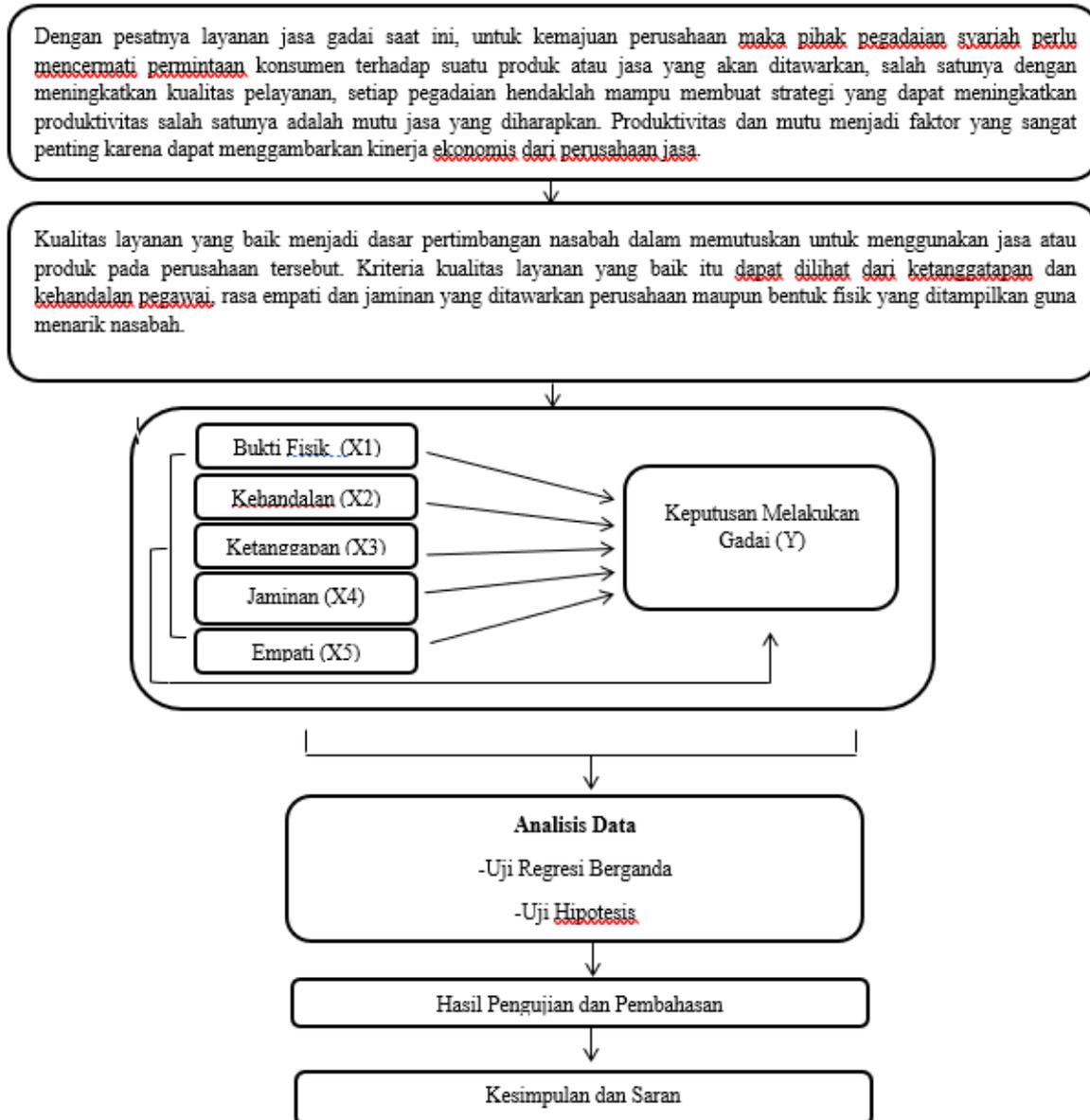
Terdapat penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan, seperti yang dilakukan oleh Reski Kurniawan (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Lubung Sikaping)”. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini secara parsial adalah variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan tingkat signifikan 0,636 , Daya tanggap tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan tingkat signifikan 0,631 , Jaminan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan tingkat signifikan 0,091 , Empati berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada tingkat 0,003, dan Bukti Fisik berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan tingkat signifikan 0,000. Berdasarkan hasil uji f dapat disimpulkan keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh signifikan pada tingkat 0,000 secara simultan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping.

Dewi Lukasyanti (2016) dengan judul penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Derah Kraton Kabupaten Pekalongan”. Hasil penelitiannya menunjukkan berdasarkan uji parsial diketahui bahwa dari kelima variabel kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan penggunaan jasa di RSUD Kraton Kabupaten Pekalongan adalah faktor keandalan (22,2%), sedangkan yang memberi pengaruh paling kecil terhadap keputusan penggunaan jasa adalah variabel bukti langsung (6,4%). Untuk variabel daya tanggap (13,9%), jaminan (9,1%), dan empati (9,0%) masing-masing berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.

Andreas Lukita (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap Pada Hotel Duta Di Lampung Utara”. Hasil penelitiannya menunjukkan secara statistik keputusan pelanggan memutuskan untuk menginap pada Hotel Duta

Lampung Utara dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel bebas Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiviness (X3), Assurance (X4) dan *Empathy* (X5). Secara keseluruhan variabel bebas pelayanan mempengaruhi keputusan untuk menginap pada Hotel Duta Lampung Utara dapat ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,524$ atau 52,40 % seluruh variabel bebas pelayanan mempengaruhi keputusan untuk menginap pada Hotel Duta Lampung Utara dan sisanya sebesar 47,60 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. adapun jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika (Anwar 2004, 11). Dalam pengambilan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* yaitu semua nasabah pegadaian syariah berpeluang menjadi sampel.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas, analisis regresi berganda dan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-f).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terdapat pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat yang terdiri dari Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, dan Empati, terhadap Keputusan nasabah Melakukan gadai di cabang Pegadaian Syariah unit Pasar Babakan Kota Tangerang yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangible*) adalah kualitas fisik atau bentuk kongkret yang bisa diperlihatkan kepada nasabah, didalamnya termasuk gedung, tempat parkir, desain interior, bahkan pakaian karyawan yang rapi serta fasilitas yang lengkap akan dapat menimbulkan kenyamanan bagi nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian. Dalam penelitian ini bukti fisik terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Reski Kurniawana (2018) yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah bahwa variabel bukti fisik memiliki nilai positif dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan pegadaian dalam melayani nasabah dengan cepat, tepat dan maksimal dengan kata lain sudah sesuai standar yang di harapkan nasabah guna memenuhi kebutuhan. Dalam penelitian ini kehandalan terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dewi Lukasyanti (2016) yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan bahwa variabel kehandalan memiliki nilai positif dengan nilai sig sebesar $0,003 < 0,05$.

3. Ketanggapan (*Responsif*) adalah lebih kepada bagaimana pegadaian melayani nasabah secara cepat dan responsive, sikap antusias (tidak terkesan cuek), dan mampu menanggapi permintaan maupun keluhan nasabah dengan cepat. Namun dalam penelitian ini ketanggapan malah berpengaruh negative.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Reski Kurniawan (2018) yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah bahwa variabel jaminan memiliki nilai positif dan berpengaruh negatif dengan nilai sig sebesar $0,631 > 0,05$.

4. Jaminan (*Assurance*) merupakan aspek yang membuat nasabah merasa yakin dan semakin percaya kepada pihak pegadaian, karena di dalamnya, pegawai yang melayani memiliki profesionalitas, wawasan dan skill yang mumpuni, sehingga tidak menimbulkan was-was nasabah dalam menggunakan produk jasa pegadaian. Dalam penelitian ini jaminan terbukti berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Adam Maulana (2017) yang menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah BPR Hasmitra Makasar bahwa variabel jaminan memiliki nilai positif dengan nilai sig sebesar $0,027 < 0,05$.

5. Empati (*Empaty*) adalah bentuk perhatian yang tulus kepada nasabah dan merupakan dimensi yang bersifat paling pribadi bagi nasabah. Hal paling penting dalam berempati adalah kemampuan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah. Dalam penelitian ini empati berpengaruh positif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dina Haryani (2010) yang menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan bahwa variabel empati memiliki nilai positif dengan nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan penelitian ini secara umum dapat kita ketahui bahwa memang kualitas pelayanan mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas syariah di cabang Pegadaian Syariah unit Pasar Babakan Kota Tangerang. Terlepa dari salah satu dimensi malah berpengaruh negative, hal ini karena menurut peneliti terkadang dalam beberapa kasus, antara dimensi pelayanan kadang tidak membentuk hubungan yang tidak konstruktif atau tidak saling menguatkan.

Namun perlu kita ketahui bahwa pelayanan memiliki peranan yang penting, pelayanan dipercaya mampu menyinggung aspek psikologis atau perasaan nasabah, pelayanan harus sebisa mungkin dirasakan dengan baik oleh nasabah, karena fungsinya melekat dalam keseluruhan proses transfer *value* atau manfaat yang dilakukan pegadaian kepada nasabah.

KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat penulis sampaikan ketanggapan (*Responsif*) adalah lebih kepada bagaimana pegadaian melayani nasabah secara cepat dan *responsive*, sikap antusias (tidak terkesan cuek), dan mampu menanggapi permintaan maupun keluhan nasabah dengan cepat. Namun dalam penelitian ini ketanggapan malah berpengaruh negative. Berarti dalam hal ini pegadaian harus lebih meningkatkan kemampuan menanggapi permintaan maupun keluhan nasabah dengan cepat agar bisa bersaing secara baik dengan pegadaian diluar sana, karena belakangan ini mulai bermunculan pegadaian syariah maupun konvensional yang menawarkan kualitas pelayanan yang baik.

Disarankan kepada peneliti selanjutnya hendaknya mempertimbangkan untuk menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan gadai emas di cabang Pegadaian Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Sutedi. (2011). *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Anwar, Muhammad. (1998). *Fiqh Islam*, Bandung: PT. Al-Mu'arif
- Burhan, Nurgiantoto. (2004) *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: UGM Press
- Gitosudarmo, Indryono. (2000). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Cetakan Keenam*. Yogyakarta: BPFE
- Hartono. (2014). *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Haryani, Dina. (2010). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Medan*. Medan: Fakultas Ekonomi Sumatera Utara
- Jamaludin, N., & Aminah, S. (2021). Efektifitas Digitalisasi Penghimpunan Dana Zakat pada Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Tangerang. *Management of Zakat and Waqf Journal (MAZAWA)*, 2(2), 180–208. <https://doi.org/10.15642/mzw.2021.2.2.180-208>
- Jamaludin, N., & A'is, R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Transaksi dan Lokasi terhadap Keputusan Menjadi Anggota Koperasi Syariah BMT Bisma Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* Vol. 9 No.3
- Kasmir. (2004). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 2. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kurniawan, Reski. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung DI Bank Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Lubuk Sikaping)*. Padang:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Padang
- Lukasyanti, Dewi. (2006). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kraton Kabupaten Pekalongan*. Semarang: Fakultas Ilmu Sosial Negeri Semarang
- Maulana, Adam. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah BPR Hasamitra Makassar*.Makassar:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Negeri Makassar.
- Mariaji, Wahyu. (2014). *Pengaruh Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Compact Dizz (CD) di Surabaya*. Surabaya: Jurnal Ilmu & Riset Manajemen
- Parasuraman, Zeithaml, dkk. (1988). *Servqual: A multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality* vol.64. Greenwich
- Rodoni, Ahmad dan Adbul Hamid. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim
- Sudarsono, Heri. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: Ekonisia
- Singarimirum, Masri dan Sofian Effendi, *Metode Pnelitian Survey*. Jakarta: LP3ES
- Syafei, Muhammad Antoni0. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani
- Sholikul, Muhammad Hadi. (2003). *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah
- Sasli, Rais. 2006. *Pegadaian Syariah (Konsep dan Sistem Operasional*. Jakarta: UI Press
- Syafe'i Rachman. 2000. *Al-Hadis Aqidah, Akhlaq, Sosial dan Hukum*. Jakarta: Pustaka Setia

- Sabiq, Sayyid. (2008) *Fiqh Sunnah Jilid 3*. Jakarta: Al-I'tishom
- Sugiono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sudrajat, M. Subono.(2005).*Dasar-dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: CV pustaka setia
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remana Rosdakarya
- Sutedja, Wira. (2007). *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo
- Tjiptono, Fandy. (2001). *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset
- Wangsawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia
- Yusuf Hamali , Arif. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Zainuddin, Ali. (2008). *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.