



Minat Nasabah terhadap Produk Gadai Emas Syariah: Peran Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pembiayaan

Velly Octarinanda^{1,*}, Evy Iskandar², Ismail Nura³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

220603059@student.ar-raniry.ac.id*

DOI: <https://doi.org/10.24260/jkubs.v5i2.6188>

Received: 14 Juni 2026

Revised: 25 Juni 2026

Approved: 1 Agustus 2026

© ⓘ ⓘ CC-BY-NC 4.0

Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International

Copyright (c) by the author

Abstract

Purpose: This study aims to analyze the effect of service quality and financing procedures on customer interest in using Islamic gold pawn products at Bank Aceh Syariah Main Branch Banda Aceh.

Design/methodology/approach: This study used a quantitative approach with a causal associative research design. Data were collected through questionnaires distributed to 96 respondents selected using the Slovin formula. Data analysis techniques included validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination test using SPSS software.

Research Findings: The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer interest. Financing procedures also had a positive and significant effect and became the most dominant variable influencing customer interest. Simultaneously, service quality and financing procedures significantly affected customer interest in using Islamic gold pawn products with a coefficient of determination value of 67.7%.

Contribution/Originality/Novelty: This study contributes to the development of Islamic banking marketing studies, particularly related to customer behavior toward rahn products. The novelty of this study lies in examining customer interest in Islamic gold pawn products at Bank Aceh Syariah by emphasizing service quality and financing procedures amid the development of digital-based pawn services in Islamic banking.

Keywords: *Service quality, financing procedure, customer interest, Islamic gold pawn, Islamic banking.*

Abstrak

Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.

Desain/metodologi/pendekatan: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi dengan bantuan software SPSS.

Temuan Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Prosedur pembiayaan juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi minat nasabah. Secara simultan, kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah dengan nilai koefisien determinasi sebesar 67,7%.

Kontribusi / Orisinalitas / Kebaruan: Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian pemasaran perbankan syariah, khususnya terkait perilaku nasabah terhadap produk rahn. Kebaruan penelitian terletak pada pengkajian minat nasabah terhadap produk gadai emas syariah di Bank Aceh Syariah dengan menekankan aspek kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan di tengah perkembangan layanan gadai berbasis digital pada industri perbankan syariah.

Kata kunci: *Kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan, minat nasabah, gadai emas syariah, perbankan syariah*

Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa dekade terakhir. Sebagai lembaga keuangan yang berfungsi untuk intermediasi dengan menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat yang kekurangan agar terwujud masyarakat adil makmur, dan Sejahtera ([Kristianti, 2020](#)). Sejalan dengan meningkatnya kesadaran terhadap sistem keuangan berbasis prinsip syariah, perbankan syariah hadir sebagai alternatif bagi masyarakat yang menginginkan layanan keuangan yang terbebas dari unsur riba, gharar, dan maisir.

Perbankan syariah terus mengembangkan produk dan layanannya termasuk pada produk gadai emas berbasis akad rahn agar tetap kompetitif dan inklusif. Di sisi lain kenaikan harga emas juga mendorong peningkatan penggunaan produk gadai emas sebagai solusi keuangan alternatif bagi masyarakat ([Mahdania et al., 2025](#)). Produk gadai emas merupakan bentuk pembiayaan jangka pendek yang menggunakan emas sebagai jaminan dan dilaksanakan berdasarkan akad rahn sesuai dengan prinsip syariah. Nasabah dapat memperoleh dana tunai dengan menjaminkan emas yang dimilikinya tanpa harus menjual aset tersebut. Sistem gadai emas syariah memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan dana cepat dengan proses yang relatif mudah serta tetap sesuai dengan ketentuan syariah. Selain itu, stabilitas nilai emas yang terjaga dari fluktuasi inflasi menjadikannya instrumen yang aman dan andal bagi nasabah.

Minat terhadap produk gadai emas syariah (rahn) tidak terlepas dari persepsi masyarakat terhadap bank syariah, dan Islamic branding ([Khairunnisa & Hanifah, 2025](#)). Akad rahn memiliki keunggulan dibandingkan dengan pembiayaan lainnya, sehingga produk ini semakin diminati masyarakat untuk kebutuhan pembiayaan konsumtif maupun modal usaha jangka pendek. Sistem gadai emas dapat mengimplementasikan prinsip keadilan, transparansi, serta kemaslahatan yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk gadai emas, diantaranya prosedur pembiayaan dan kualitas pelayanan yang dianggap lebih baik.

Kualitas pelayanan pada produk gadai penting dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepada nasabah antara ekspektasi dan sesuai kebutuhan pembiayaannya. Bank syariah perlu memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan mampu memenuhi harapan nasabah sehingga dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan ([Utami & Kamal, 2023](#)). Perkembangan kebutuhan pembiayaan yang beragam mendorong perbankan syariah untuk terus meningkatkan kualitas untuk menjaga minat nasabah sebagai bagian dari tujuan pemasaran. Kualitas pelayanan yang baik, seperti keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam melayani nasabah, terbukti dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah untuk terus memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah ([Wati et al., 2023](#)).

Prosedur untuk produk pembiayaan yang berbasis akad syariah, diharapkan lebih sederhana dalam memenuhi kebutuhan finansial masyarakat yang aman dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Prosedur pembaiaya syariah tetap harus mengaju pada aspek syar'i dan aspek ekonomi yang mempertimbangkan perolehan keuntungan bagi bank syariah maupun bagi nasabah ([Wulandari et al., 2024](#)). Prosedur pada akad gadai emas yang sederhana dengan proses pencairan dana yang relatif cepat (hanya 1-2 jam) menimbulkan minat masyarakat untuk melirik jenis pembiayaan ini ([Agustin et al., 2025](#)). Kemudian persyaratannya juga masih dalam kategori sederhana yaitu umumnya hanya memerlukan KTP dan emas sebagai jaminan.

Paradigma perkembangan teknologi yang begitu pesat mengakibatkan hadirnya fenomena ekonomi digital yang turut mendorong inovasi layanan dan prosedur pembiayaan gadai emas pada lembaga keuangan syariah ([Iskandar et al., 2026](#)). Beberapa bank syariah bahkan telah mengembangkan layanan gadai emas berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi pelayanan dan kemudahan akses bagi nasabah. Digitalisasi layanan gadai emas dinilai mampu meningkatkan kepraktisan transaksi serta minat masyarakat terhadap produk pembiayaan syariah ([Idil et al., 2025](#)). Namun demikian, layanan gadai emas berbasis digital pada Bank Aceh Syariah (BAS) masih relatif terbatas dibandingkan beberapa bank syariah nasional lainnya. Untuk mewujudkan orientasi jangka panjang, inovasi mutlak diperlukan bagi bank yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya agar nasabah bertahan ([Zikir et al., 2019](#)).

Sejak konversi BAS telah beroperasi berdasarkan prinsip syariah menyediakan berbagai produk layanan keuangan syariah bagi masyarakat, termasuk produk gadai emas (rahn). Produk ini merupakan salah satu layanan pembiayaan unggulan, yang dapat memenuhi pembiayaan jangka pendek bagi masyarakat Aceh secara lebih praktis dan aman ([Junaidi et al., 2025](#)). Berdasarkan data BAS Kantor Cabang Utama Banda Aceh menunjukkan peningkatan jumlah nasabah produk gadai emas dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021 jumlah nasabah tercatat sebanyak 1.285 orang, kemudian meningkat menjadi 1.742 orang pada tahun 2022, 2.034 orang pada tahun 2023, 2.276 orang pada tahun 2024, dan mencapai 2.543 orang pada tahun 2025. Peningkatan jumlah nasabah tersebut menyimpulkan bahwa produk gadai emas syariah memiliki daya tarik yang cukup tinggi bagi masyarakat.

Berdasarkan survey awal penelitian ini terhadap 10 orang calon nasabah menunjukkan berbagai faktor timbulnya minat terhadap produk gadai emas. Secara umum informasi yang peneliti peroleh semuanya mengakui bahwa pembiayaan gadai emas untuk kebutuhan yang mendadak. 7 orang diantaranya menyantakan bahwa minat mereka pada produk tersebut disebabkan oleh prosedur yang relatif mudah dan jelas jumlah kebutuhannya dengan emas yang digadaikan. Sedangkan 3 orang lainnya lebih merasakan bahwa pelayanan petugas bank dalam memberikan informasi dan interaksi yang dekat termasuk proses untuk menambah jumlah

pembiayaan atau juga memperpanjang gadai. Hal ini menunjukkan bahwa minat pada produk gadai disebabkan oleh prosedur yang sederhana dan juga pelayanan yang baik pada bank tersebut.

Penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur terhadap minat nasabah menunjukkan hasil yang beragam. Sebagian besar penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan seperti penelitian yang dilakukan oleh [Ningrum & Widyaningsih \(2023\)](#) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai (rahn) di CPS Solo. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian ([Dasopang & Rokan \(2022\)](#)) yang bahwa bahwa faktor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menjadi nasabah BSI Kota Pinang. Sama halnya dengan hasil penelitian [Winarno et al \(2019\)](#) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah BTN Balikpapan. Namun berbeda hasil penelitian [Dakhi \(2023\)](#) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen di Nias Selatan. Temuan-temuan tersebut menunjukkan perbedaan hasil yang mengindikasikan bahwa pengaruh kualitas pelayanan masih bersifat kontekstual dan dapat dipengaruhi oleh karakteristik lembaga keuangan, jenis produk, maupun karakteristik nasabah yang menjadi objek penelitian.

Selanjutnya hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa prosedur bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan murābahah di BPRS Bumi Artha Kebumen yang dilakukan oleh ([Mukaromah et al., 2021](#)) . Hasil serupa juga pada penelitian [Farhan & Fitria \(2024\)](#) yang menemukan bahwa prosedur pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mengambil pembiayaan KUR syariah di Semarang. Namun berbeda dengan hasil [Dirmawati & Putri \(2024\)](#) menunjukkan bahwa prosedur dalam akad rahn berpengaruh negatif terhadap minat nasabah BSI KCP Makassar Unismuh. Bahkan berbeda juga dengan penelitian [Nainggolan et al., \(2022\)](#) yang menunjukkan bahwa prosedur dari berkas pengajuan kredit tidak berpengaruh terhadap minat meminjam anggota Koperasi CU Cinta Bakti Simalungun. Ketidakkonsistenan hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara prosedur pembiayaan dan minat nasabah masih memerlukan pengujian lebih lanjut, khususnya pada produk gadai emas syariah yang memiliki karakteristik berbeda dengan produk pembiayaan lainnya.

Berdasarkan kajian empiris sebelumnya, terdapat inkonsistensi hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur terhadap minat nasabah. Pada satu sisi, kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan ditemukan mampu meningkatkan minat nasabah, namun pada sisi lain ditemukan tidak berpengaruh bahkan berpengaruh negatif. Inkonsistensi tersebut menunjukkan belum tercapainya kesimpulan empiris yang kuat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat

nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada produk pembiayaan umum, KUR syariah, murabahah, maupun layanan perbankan secara umum, sedangkan penelitian yang secara khusus mengkaji produk gadai emas (rahn) pada Bank Aceh Syariah masih sangat terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk menguji kembali pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur terhadap minat nasabah pada produk gadai emas syariah dalam konteks Bank Aceh Syariah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis sebagai tambahan referensi dan pengembangan ilmu pengetahuan di bidang perbankan syariah, khususnya terkait minat nasabah pada produk gadai emas. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengujian simultan pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur terhadap minat nasabah pada produk gadai emas syariah (rahn) di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Penelitian ini secara khusus berfokus pada produk gadai emas syariah dalam konteks bank syariah daerah yang sedang menghadapi perkembangan layanan keuangan digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai perilaku nasabah pada produk rahn serta memberikan bukti empiris yang lebih kontekstual.

Kajian Literatur

Produk Gadai Emas Syariah

Produk gadai emas syariah merupakan pembiayaan jangka pendek pada lembaga keuangan syariah dengan emas sebagai jaminan melalui akad rahn. Akad ini mengatur tentang penyerahan barang atau dalam konteks ini emas sebagai jaminan utang yang dapat ditahan sampai kewajiban dilunasi. Secara konseptual, rahn diperbolehkan dalam Islam selama tidak mengandung riba, gharar, dan maisir. Dalam praktiknya sering dikombinasikan dengan akad ijarah berupa biaya pemeliharaan (ujrah) selama tidak dikaitkan dengan jumlah pinjaman seperti sebagaimana diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional -Majelis Ulama Indonesia No. 25/DSN-MUI/III/2002. Rukun gadai pada bank syariah bertindak sebagai murtahin (penerima gadai/ pemberi pinjaman) mengikat akad (sighat) dengan objek emas (marhun dan marhun bih). Syarat sahnya akad antara lain para pihak cakap hukum, akad jelas, utang dapat diukur, serta barang jaminan bernilai, dimiliki sah, dan dapat dijual saat jatuh tempo ([Riany, 2019](#)).

Pembiayaan dengan skema gadai emas syariah memiliki keunggulan pada proses pencairan dana yang cepat, persyaratan sederhana, serta nilai emas yang relatif stabil sehingga lebih aman dibandingkan pembiayaan berbasis aset lainnya. Produk ini berperan dalam meningkatkan inklusi keuangan masyarakat, dengan kemudahan prosedur dan kecepatan pencairan dana sebagai faktor utama yang memengaruhi minat penggunaan ([Agustin et al., 2025](#)). Selain itu, nasabah tetap memiliki hak atas emas yang dijaminkan selama kewajiban pembiayaan dipenuhi, menjadikannya

solusi pembiayaan jangka pendek yang efektif baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif ([Hidayat & Kunaifi, 2023](#)).

Minat Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas

Minat nasabah merupakan kecenderungan perilaku konsumen untuk memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan pengalaman serta persepsi yang dimilikinya. Minat merupakan keinginan yang muncul atau daya tarik yang timbul pada produk atau jasa namun belum terealisasi dengan baik maupun nyata melalui proses yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal ([Chotifah, 2018](#)). Faktor internal meliputi kebutuhan, motivasi, dan pengalaman individu, sedangkan faktor eksternal meliputi kualitas pelayanan, kemudahan prosedur, serta informasi yang diterima mengenai produk. Oleh karena itu, lembaga perbankan perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk meningkatkan minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan. Menurut ([Pauluzzo & Geretto, 2017](#)) minat perilaku nasabah (behavioral intention) dalam sektor perbankan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan yang kompleks yang melibatkan kualitas pelayanan, motivasi, kepuasan, dan nilai yang dirasakan nasabah

Dalam konteks penggunaan produk gadai emas, minat nasabah dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memanfaatkan layanan pembiayaan ini pada bank syariah sebagai solusi keuangannya. Proses terbentuknya minat terjadi secara bertahap, dimulai dari munculnya rasa senang terhadap layanan gadai emas, adanya dorongan atau kebutuhan untuk memperoleh dana cepat, meningkatnya perhatian terhadap informasi dan prosedur gadai, munculnya kemampuan untuk memahami mekanisme serta yang membuat nasabah tertarik dan memutuskan untuk menggunakan produk gadai tersebut ([Ritonga et al., 2024](#)). Dalam penelitian ini, minat nasabah diukur melalui beberapa indikator, yaitu transaksional, refrensial, prefrensial, eksploratif ([Ermini et al., 2023](#)).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah jasa yang disediakan untuk memenuhi keinginan serta kebutuhan seorang pelanggan dengan pelayanan yang tepat waktu dan sesuai dengan ekspektasi mereka. Kualitas pelayanan berkaitan dengan upaya penambahan nilai untuk kebutuhan, keinginan dan ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan ([Sinollah & Masruro, 2019](#)). Maka kualitas pelayanan mencakup kemampuan sebuah instansi untuk menawarkan pelayanan yang terbaik jika dibandingkan dengan instansi lain. Termasuk pada bank syariah harus selalu menjadi prioritas dalam menjaga kualitas pelayanan agar kenyamanan dan kepuasan nasabah karena hajatnya terwujud selaras dengan ekspektasi. Bank syariah dapat dipandang profesional dalam memenuhi segala kebutuhan nasabah

secara cepat dan akurat. Kualitas pelayanan menurut [\(Tjiptono & Chandra, 2019\)](#) dapat diukur dengan indikator-indikator yaitu; tangibles (fasilitas fisik dan penampilan karyawan), reliability (kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat), responsiveness (kesediaan membantu dengan cepat), assurance (pengetahuan dan kesopanan karyawan yang menimbulkan kepercayaan), dan empathy (perhatian personal kepada nasabah).

Literatur mengarahkan kualitas pelayanan yang dirasakan memuaskan oleh nasabah dapat membangun hubungan jangka panjang antara nasabah dan pihak bank [\(Al-ghifari & khusnudin, 2022\)](#). bahwa kualitas pelayanan mampu memberikan rasa aman akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan yang diberikan (Saleh et al., 2017). Kualitas pelayanan memiliki pengaruh penting yang dapat meningkatkan minat nasabah CPS Solo menggunakan produk gadai emas [\(Ningrum & Widyaningsih, 2023\)](#). Begitu juga dengan pelayanan yang ramah, informatif dan tepat sasaran, dan informatif mampu meningkatkan minat produk syariah di BSI Kota Pinang [\(Dasopang & Rokan, 2022\)](#). Kualitas pelayanan yang memuaskan meningkatkan minat nasabah BTN Balikpapan [\(Winarno et al., 2019\)](#). yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas. Berdasarkan landasan teoritis dan dukungan empiris tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk gadai emas

Prosedur Pembiayaan Nasabah

Prosedur merupakan serangkaian langkah atau tahapan yang harus dilalui dalam melaksanakan suatu kegiatan pelayanan suatu institusi. Prosedur yang dijalankan termasuk keputusan kebijakan perusahaan dan pelanggan [\(Leuhena et al., 2023\)](#). Dalam konteks perbankan syariah, prosedur berkaitan dengan tata cara atau mekanisme yang harus diikuti nasabah untuk memperoleh layanan atau produk tertentu. Mekanisme pembiayaan mencakup ketentuan dan syarat-syarat atau yang harus dipenuhi sejak pengajuan sampai dengan pelunasan jumlah pembiayaan oleh nasabah [\(Nailur & Makrifah, 2024\)](#).

Bank menerapkan prosedur yang mempermudah nasabah, atau sistem perbankan yang user-friendly. Implementasi prosedur rahn di bank melibatkan penaksiran emas yang digadaikan, untuk menentukan kadar dan nilai pembiayaan [\(Junaidi et al., 2025\)](#). Indikator prosedur pembiayaan dapat dilihat dari beberapa aspek penting yaitu realisasi pembiayaan, kemudahan prosedur, kecepatan proses dan persyaratan yang ditentukan [\(Widhiani & Oktriawan, 2021\)](#). Beberapa hasil empiris menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan suatu produk atau

jasa keuangan syariah. Hasil penelitian [Mukaromah et al., \(2021\)](#) menunjukkan bahwa prosedur bank meningkatkan minat nasabah BPRS Bumi Artha dalam mengajukan pembiayaan murābahah di Kebumen. Hasil serupa bahwa prosedur pembiayaan juga meningkat minat pada pembiayaan KUR syariah oleh UMKM kota Semarang ([Farhan & Fitria, 2024](#)). Bahkan prosedur pada akad rahn secara negatif berpengaruh terhadap minat nasabah BSI KCP Makassar Unismuh ([Dirmawati & Putri, 2024](#)). Berdasarkan landasan teoritis dan dukungan empiris tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Prosedur Pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan gadai emas

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pembiayaan terhadap Minat

Berdasarkan landasan teoritis, minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas dipengaruhi oleh persepsi nasabah yang muncul sebagai kecenderungan perilaku konsumen dalam memilih dan menggunakan suatu produk berdasarkan kebutuhan, pengalaman, serta persepsi terhadap layanan yang diterima ([Chotifah, 2018](#)). Dalam konteks gadai emas syariah, kualitas pelayanan tercermin melalui kemampuan bank dalam memberikan layanan yang cepat, tepat, responsif, serta sesuai dengan harapan nasabah ([Sinollah & Masruro, 2019](#)). Di sisi lain, minat nasabah juga akan meningkat dengan prosedur pembiayaan yang memberikan kemudahan dalam proses pengajuan hingga pencairan dana ([Leuhena et al., 2023](#)). Kemudian prosedur pembiayaan yang user-friendly dalam memahami mekanisme gadai emas dapat meningkatkan ketertarikan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut ([Widhiani & Oktriawan, 2021](#)).

Hasil penelitian terdahulu turut memperkuat hubungan tersebut. Penelitian [Ningrum & Widyaningsih \(2023\)](#), [Dasopang & Rokan \(2022\)](#), serta [Winarno et al., \(2019\)](#) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap peningkatan minat nasabah menggunakan produk perbankan syariah, termasuk gadai emas. Hasil penelitian [Mukaromah et al., \(2021\)](#) dan [Farhan & Fitria \(2024\)](#) juga membuktikan bahwa prosedur pembiayaan yang mudah dan cepat mampu meningkatkan minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi intensitas dan ketertarikan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pembiayaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan gadai emas.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif ini digunakan untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel secara objektif melalui pengukuran data numerik dan analisis statistik. Penelitian asosiatif kausal bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan ([Sugiyono, 2023:65](#)). Penelitian ini berlandaskan pada pendekatan positivisme yang menekankan pada pengukuran empiris, pengolahan data secara sistematis, serta pengujian hubungan antarvariabel secara terukur. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan, sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah.

Penelitian dilaksanakan pada PT Bank Aceh Syariah (BAS) Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa Bank Aceh Syariah memiliki aktivitas layanan produk gadai emas syariah yang cukup tinggi dan mengalami peningkatan jumlah nasabah dari tahun ke tahun, sehingga relevan dijadikan objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna produk gadai emas syariah pada 31 Desember 2025 yang berjumlah 2.543 nasabah. Penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi telah diketahui secara pasti. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan tingkat kesalahan tertentu agar penelitian tetap representatif. Adapun rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
- N = jumlah populasi
- e = tingkat kesalahan (error tolerance)

Jika populasi = 2.543 dan menggunakan tingkat kesalahan 10% ($e = 0,1$),

maka: Hasil perhitungannya

$$n = \frac{2543}{1+2543(0.1)^2} = \frac{2543}{1+2543(0,01)} = \frac{2543}{26,43} = 96,21 \text{ atau dibulatkan } 100 \text{ responden}$$

(dibulatkan).

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui pembulatan hasil perhitungan. Adapun teknik sampel penelitian dalam kategori probability sampling, dengan jenis random sampling untuk menyederhanakan dalam memperoleh responden penelitian (Sugiyono, 2023:24) guna untuk penyebaran kuesioner dalam memperoleh nasabah pembiayaan produk gadai emas syariah di Bank Aceh.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden tanpa melalui perantara. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1). Penggunaan skala Likert adalah untuk mempermudah proses pengukuran persepsi responden terhadap variabel penelitian secara kuantitatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode kuesioner yang disebarkan secara langsung kepada responden sesuai dengan kriteria sampel penelitian. Metode ini dipilih karena dinilai efektif dan efisien dalam memperoleh data mengenai persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan, prosedur pembiayaan, dan minat penggunaan produk gadai emas syariah pada Bank Aceh Syariah.

Selanjutnya teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan software Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Tahapan analisis dimulai dengan uji kualitas instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi linear.

Tahap berikutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden penelitian

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Kategori	Jumlah	Persentase
1	Usia		
	17 - 26 tahun	22	22,4
	27 - 36 tahun	30	30,6
	37 - 46 tahun	40	40,8
	47 - 56 tahun	4	4,1
	> 57 tahun	2	2%
	Jumlah	98	100%
2	Jenis Kelamin		
	Laki-Laki	33	33,7

	Perempuan	65	66,3
	Jumlah	98	100,0
3	Pendidikan Terakhir		
	SMA/SMK/MA	29	29,6
	Diploma	12	12,2
	S1	43	43,9
	S2/S2	14	14,3
	Jumlah	98	100,0
4	Lama menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah		
	1 tahun	67	68,4
	2-5 Tahun	27	27,6
	>5 Tahun	4	4,1
	Jumlah	98	100,0
5	Pekerjaan		
	Wiraswasta	19	19,4
	Pegawai Negeri	14	14,3
	Karyawan swasta	17	17,3
	Lainnya	48	49,0
	Jumlah	98	100,0
6	Sudah pernah menggunakan produk gadai emas		
	Pernah	66	67,3
	Tidak pernah	32	22,7
	Jumlah	98	100,0

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Berdasarkan Tabel 1, Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 dan yang kembali untuk dikumpulkan serta yang akan diolah data SPSS sebanyak 98 orang, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 37–46 tahun sebanyak 40 orang atau 40,8%, diikuti usia 27–36 tahun sebanyak 30 orang atau 30,6%, usia 17–26 tahun sebanyak 22 orang atau 22,4%, usia 47–56 tahun sebanyak 4 orang atau 4,1%, dan usia di atas 57 tahun sebanyak 2 orang atau 2%. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 65 orang atau 66,3%, sedangkan laki-laki sebanyak 33 orang (33,7%).

Dilihat dari pendidikan terakhir, sebagian besar responden berpendidikan S1 sebanyak 43 orang atau 43,9%, kemudian SMA/SMK/MA sebanyak 29 orang atau 29,6%, S2/S3 sebanyak 14 orang atau 14,3%, dan Diploma sebanyak 12 orang atau 12,2%. Berdasarkan lama menjadi nasabah PT. Bank Aceh Syariah, mayoritas responden telah menjadi nasabah selama 1 tahun sebanyak 67 orang atau 68,4%, responden yang menjadi nasabah selama 2–5 tahun sebanyak 27 orang atau 27,6%, dan lebih dari 5 tahun sebanyak 4 orang atau 4,1%.

Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berada pada kategori lainnya sebanyak 48 orang atau 49,0%, kemudian wiraswasta sebanyak 19 orang atau 19,4%, karyawan swasta sebanyak 17 orang atau 17,3%, dan pegawai negeri sebanyak 14 orang atau 14,3%. Selanjutnya, berdasarkan pengalaman menggunakan produk gadai emas, mayoritas responden pernah menggunakan produk gadai emas sebanyak 66 orang atau 67,3%, sedangkan responden yang tidak pernah menggunakan produk

gadai emas sebanyak 32 orang atau 32,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman dalam menggunakan produk gadai emas syariah

Tanggapan Responden Terhadap Penelitian

Tanggapan responden terhadap variabel penelitian disajikan berdasarkan penyebaran kuesioner dari beberapa item pernyataan yang telah diberikan, dapat dilihat pada tabel-tabel pada lampiran 1 dan 2 paper ini.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai kelayakan suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur konstruk yang seharusnya diukur (Ghozali, 2021 : 66). Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Jika nilai $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka setiap item pernyataan dinyatakan valid. Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X1), prosedur (X2), dan minat menggunakan (Y) menunjukkan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (0,198). Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, setiap butir pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	No. Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,839	0,198	Valid
	2	0,889	0,198	Valid
	3	0,927	0,198	Valid
	4	0,920	0,198	Valid
	5	0,864	0,198	Valid
	6	0,843	0,198	Valid
	7	0,882	0,198	Valid
	8	0,770	0,198	Valid
	9	0,774	0,198	Valid
	10	0,875	0,198	Valid
Prosedur (X2)	1	0,798	0,198	Valid
	2	0,836	0,198	Valid
	3	0,883	0,198	Valid
	4	0,834	0,198	Valid
	5	0,817	0,198	Valid
	6	0,869	0,198	Valid
	7	0,868	0,198	Valid
	8	0,752	0,198	Valid
Minat Menggunakan (Y)	1	0,819	0,198	Valid
	2	0,884	0,198	Valid
	3	0,886	0,198	Valid
	4	0,871	0,198	Valid

	5	0,812	0,198	Valid
	6	0,902	0,198	Valid
	7	0,816	0,198	Valid
	8	0,850	0,198	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 3, nilai Cronbach Alpha pada seluruh variabel berada di atas batas minimum 0,60, yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,959, prosedur sebesar 0,931, dan minat menggunakan sebesar 0,943. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang baik, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

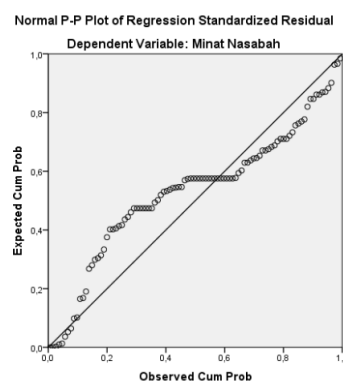
Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas Coefficient	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,959	0,60	Reliabel
Prosedur (X2)	0,931	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan (Y)	0,943	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-plot

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan grafik Normal Probability Plot (Normal P-P Plot). Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik residual menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal (Ghozali, 2021:196). Berdasarkan grafik Normal P-P Plot pada Gambar 1, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.



Gambar 1. Grafik Normalitas (P-Plot)

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Kriteria yang di gunakan adalah nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2021 : 146). Berdasarkan Tabel 4, hasil uji multikolinearitas, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar 0,176 dan nilai VIF sebesar 5,684. Nilai tolerance yang diperoleh lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas antar variabel independen, sehingga variabel kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan tidak memiliki hubungan korelasi yang tinggi dan layak digunakan dalam analisis regresi.

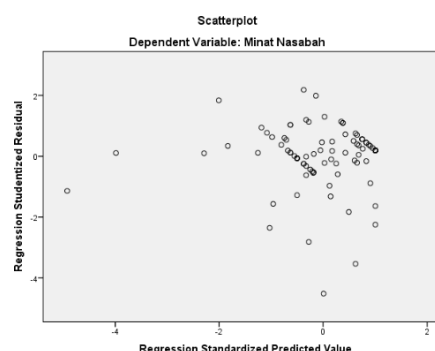
Tabel 4. Uji Multikolonierita

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	,176	5,684
Prosedur Pembiayaan	,176	5,684

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2021 : 178). Berdasarkan grafik scatterplot pada Gambar 2, terlihat bahwa titik-titik data tersebar secara acak baik di atas maupun di bawah garis nol dan tidak membentuk pola tertentu. Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi homoskedastisitas



Hasil analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda pada Tabel 4 digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1) dan Prosedur (X2) terhadap minat nasabah (Y)(Ghozali, 2021 : 203).

Interpretasi hasil regresi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 3,612 menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas pelayanan (X1) dan prosedur pembiayaan (X2) bernilai nol, maka nilai minat nasabah (Y) sebesar 3,612.
- 2) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,232 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,232 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap (konstan).
- 3) Koefisien regresi variabel prosedur pembiayaan sebesar 0,604 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada prosedur pembiayaan akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,604 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap (konstan).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

l	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,612	2,228		1,622	,108		
Kualitas Pelayanan	,232	,113	,285	2,049	,043	,176	5,684
Prosedur Pembiayaan	,604	,151	,555	3,993	,000	,176	5,684

Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2021).

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 5 diketahui bahwa:

- a. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,043 ($<0,05$) dan nilai t hitung (2,049) $>$ t tabel (1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.
- b. Variabel prosedur pembiayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$) dan nilai t hitung (3,993) $>$ t tabel (1,985), sehingga dapat disimpulkan bahwa prosedur pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (t-test)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,612	2,228		1,622	,108
Kualitas Pelayanan	,232	,113	,285	2,049	,043
Prosedur Pembiayaan	,604	,151	,555	3,993	,000

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada Tabel 6 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 99,445 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung ($99,445 > F$ tabel (3,090), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F Statistic)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2184,198	2	1092,099	99,445	,000 ^b
	Residual	1043,282	95	10,982		
	Total	3227,480	97			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Prosedur Pembiayaan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021 : 218). Berdasarkan Tabel 7 hasil uji koefisien determinasi (R²), diperoleh nilai R Square sebesar 0,677. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan mampu menjelaskan minat nasabah sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Selain itu, nilai R sebesar 0,823 menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel independen dengan variabel dependen

Tabel 7. Hasil Uji R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,823 ^a	,677	,670	3,31390

a. Predictors: (Constant), Prosedur Pembiayaan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS (2026)

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.

Hasil pengujian hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan

produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Artinya, dengan karakteristik yang umumnya sudah pernah mengambil pembiayaan gadai emas merasakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah. Dalam konteks produk gadai emas syariah ini, pelayanan yang baik dapat mendorong munculnya minat nasabah karena nasabah merasa kebutuhan dan harapannya dapat terpenuhi dengan baik (Saleh et al., 2017).

Nasabah menilai bahwa penjelasan oleh karyawan bank tentang produk sangat cakap dan layanan yang diberikan sudah baik, terutama pada aspek keamanan dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan lembaga dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan nasabah secara cepat, tepat, dan profesional ([Sinollah & Masruro, 2019](#)). Dalam konteks gadai emas syariah, pelayanan yang ramah, responsif, serta memberikan rasa aman dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menggunakan produk rahn. Menurut [Tjiptono & Chandra \(2019\)](#), kualitas pelayanan tercermin dari aspek tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang mampu menciptakan hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Produk gadai emas syariah juga menuntut adanya pelayanan yang terpercaya karena berkaitan dengan keamanan barang jaminan dan kecepatan pencairan dana sebagai kebutuhan utama nasabah ([Agustin et al., 2025](#)). Oleh sebab itu, kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat nasabah menggunakan produk gadai emas syariah.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian [Ningrum & Widyaningsih \(2023\)](#), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai (rahn) dan juga meningkat kan minat menggunakan layanan produk syariah ([Dasopang & Rokan, 2022](#)) dan ([Winarno et al., 2019](#)). Namun penelitian ini juga berlawanan dengan penelitian [Dakhi \(2023\)](#) yang bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat konsumen. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan yang diberikan Bank Aceh Syariah dinilai mampu memberikan rasa aman dan kenyamanan kepada nasabah dalam bertransaksi.

Pengaruh Prosedur terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh

Berdasarkan hasil hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Karakteristik nasabah yang berusia mapan dan memiliki tingkat pendidikan yang baik mendukung prosedur sebagai variable paling dominan

memengaruhi minat nasabah. Prosedur pembiayaan gadai emas di BAS dinilai mudah, cepat, dan tidak berbelit-belit, terutama pada aspek kecepatan pencairan dana dan kemudahan persyaratan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa prosedur pembiayaan merupakan serangkaian tahapan dan mekanisme pelayanan yang harus dilalui nasabah dalam memperoleh pembiayaan ([Leuhena et al., 2023](#)). Dalam produk gadai emas syariah, prosedur yang sederhana dan cepat menjadi salah satu keunggulan utama karena dapat memenuhi kebutuhan dana nasabah dalam waktu singkat. Menurut ([Widhiani & Oktriawan, 2021](#)), indikator prosedur pembiayaan meliputi kemudahan prosedur, kecepatan proses, realisasi pembiayaan, serta persyaratan yang mudah dipenuhi. Produk gadai emas syariah juga dikenal memiliki proses pencairan yang cepat dengan persyaratan sederhana sehingga menjadi solusi pembiayaan jangka pendek yang efektif bagi masyarakat ([Hidayat & Kunaifi, 2023](#)). Oleh karena itu, semakin mudah prosedur pembiayaan yang diterapkan bank, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian [Mukaromah et al., \(2021\)](#) dan [Farhan & Fitria, \(2024\)](#) yang menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan syariah. Meskipun terdapat pengaruh negatif prosedur terhadap minat nasabah pada hasil ([Dirmawati & Putri, 2024](#)). Akan tetapi sangat berbeda dengan hasil penelitian [Nainggolan et al., \(2022\)](#) yang menunjukkan bahwa prosedur tidak berpengaruh terhadap minat meminjam. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan prosedur menjadi pertimbangan utama nasabah dalam memilih produk gadai emas yang diterapkan Bank Aceh Syariah telah mempermudah proses pengajuan hingga pencairan pembiayaan sehingga meningkatkan ketertarikan nasabah pada produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur secara simultan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Gadai Emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh.

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F-hitung > F tabel ($99,445 > 3,09$), dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,823 juga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan minat nasabah berada pada kategori kuat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas syariah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan kombinasi dari semakin baiknya kualitas pelayanan dan semakin mudah

prosedur pembiayaan yang diterapkan akan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas syariah. Hasil kombinasi kedua variable tersebut termasuk kategori besar yang dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 67,7%, sedangkan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Variabel di luar penelitian ini antara lain seperti variable teknologi informasi, pengetahuan ([Ningrum & Widyaningsih, 2023](#)), alat pembiayaan, keputusan ([Dasopang & Rokan, 2022](#)), diskon penjualan, ([Dakhi, 2023](#)), persepsi nasabah ([Mukaromah et al., 2021](#)), promosi ([Farhan & Fitria, 2024](#)) dan realisasi kredit, penyelidikan berkas ([Nainggolan et al., 2022](#)), dan lokasi ([Mukaromah et al., 2021](#)) dan ([Farhan & Fitria, 2024](#)).

Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang aman, responsif, ramah, dan profesional mampu meningkatkan minat nasabah.

Prosedur pembiayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa prosedur pembiayaan terutama pada kemudahan persyaratan dan kecepatan proses pencairan merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat nasabah.

Kualitas pelayanan dan prosedur pembiayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Utama Banda Aceh. Kedua variabel mampu menjelaskan minat nasabah sebesar 67,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan produk gadai emas syariah tidak hanya ditentukan oleh kualitas pelayanan, tetapi juga oleh kemudahan dan efisiensi prosedur pembiayaan yang diterapkan bank tersebut.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan di atas, penelitian ini menyarankan kepada Bank Aceh Syariah, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih responsif, dan komunikatif, di samping juga perlu lebih menyederhanakan prosedur yang mudah dipahami agar minat nasabah terhadap produk gadai emas meningkat. Penelitian ini secara konkrit menyarankan BAS beralih layanan berbasis digital/online untuk memperluas minat penggunaan produk gadai emas dan memperkuat daya tarik produk tersebut.

Kemudian Bagi Pengembangan Akademik, diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran perbankan dan asset syariah dalam perilaku nasabah terhadap produk pembiayaan syariah.

Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian secara kuantitatif maupun kualitatif dengan menambahkan aspek atau variabel lain yang disinggung dalam penelitian ini. Kemudian penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek bidang perbankan syariah dengan bidang akuntansi asset syariah dan bidang ilmu lainnya untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasi secara lebih luas.

Daftar Pustaka

- Agustin, A., Isnaini, D., & Hasanah, U. (2025). Implementasi akad rahn pada produk gadai emas di bank syariah Indonesia KC Bengkulu Adam Malik. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 6(2), 190–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.51339/nisbah.v6i2.4122>
- Al-ghifari, M. I., & khusnudin. (2022). Pengaruh kualitas produk,kualitas pelayanan, harga dan biaya terhadap loyalitas nasabah di bank syariah Indonesia. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- Chotifah, Y. S. (2018). Peningkatan minat menabung di bank syariah melalui program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 65–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.732>
- Dakhi, P. (2023). Pengaruh discount dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada indomaret Simpang Baloho Nias Selatan). *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2274–2279. <https://doi.org/https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13230>
- Dasopang, K. H., & Rokan, M. K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah Indonesia KCP. Kotapinang. *Sibatik Journal*, 1(6), 755–762. <https://doi.org/https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.89>
- Dirmawati, & Putri, M. A. (2024). Minat menggadaikan emas pada berdasarkan akad rahn dan promosi. *Journal of Regional Economic and Development*, 1(2), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/jred.v1i2.140>
- Ermini, Suryati, Najib, M., & Nindiati, dina sri. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada the hungry burger. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20(1), 36–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.31851/jmwe.v20i1.9814>
- Farhan, afifah amaliah, & Fitria, S. (2024). Pengaruh promosi , prosedur pembiayaan dan lokasi terhadap minat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mengambil pembiayaan kur syariah PT . pegadaian di kota Semarang. *BISNIS:*

- Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 12(2), 285–305.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v12i2.20531>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, N., & Kunaifi, A. (2023). Implementasi pembiayaan gadai emas dalam meningkatkan profitabilitas lembaga keuangan syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Ekonomi Syari'ah*, 06(01), 18–25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56998/jr.v6i01.60>
- Idil, Kamaruddin, & Taufiq, M. (2025). Analisis strategi inovasi produk pembiayaan gadai emas berbasis online pada fitur mobile banking PT. bank syariah Indonesia Tbk. *Multiplier : Jurnal Magister Manajemen*, 6(2), 739–765.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24905/mlt.v6i1.238>
- Iskandar, E., Riza, A., & Putri, I. A. (2026). Determinan minat masyarakat Banda Aceh untuk menggunakan asuransi syariah. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 8(1), 123–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.22373/zq3f6227>
- Junaidi, M., Nurdin, R., & Khalidin, B. (2025). Analisis penerapan akad rahn , qardh dan ijarah pada produk gadai emas : studi kasus PT . bank Aceh syariah cabang Jeuram. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Sekretari*, 10(1), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jemensri.v10i1.3640>
- Khairunnisa, C., & Hanifah, N. (2025). Analisis minat menggunakan produk keuangan syariah serta faktor yang memengaruhinya (studi kasus pada masyarakat di Indonesia). *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 42–49. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v11i1.3380>
- Kristianti, D. S. (2020). Integrasi prinsip syariah dalam fungsi intermediasi lembaga keuangan syariah. *Undang: Jurnal Hukum*, 3(2), 315–339.
<https://doi.org/10.22437/ujh.3.2.315-339>
- Leuhena, C. M., Tanihatu, M. M., & Saleki, saul ronald jacob. (2023). Pengaruh strategi pemasaran terhadap minat nasabah pada PT . bank tabungan negara (Persero) TBK kantor cabang Ambon. *Jurnal Admistrasi Terapan*, 2(2), 435–450.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31959/jat.v2i2.2081>
- Mahdania, Syahputra, H., Chairi, M. U., Frastianda, D. A., & Kamal, H. (2025). Inovasi produk akad rahn dalam pengembangan gadai emas perbankan syariah. *JUREKSI (Journal of Islamic Economics and Finance)*, 3(3), 227–241.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59841/jureksi.v3i3.3079>
- Mukaromah, H., Rahman, M., & Alfarisy, aqli qorib. (2021). Pengaruh prosedur bank, lokasi bank dan persepsi nasabah tentang bank syariah terhadap minat nasabah dalam mengajukan pembiayaan Murabahah pada BPRS Bumi Artha Sampang KC Kebumen. *Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine*, 4(2), 607–626.
<https://doi.org/https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v4i2.477>
- Nailur, M., & Makrifah, R. (2024). Mekanisme pembiayaan produk gadai emas pada PT bank syariah Indonesia KC Purworejo. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen,*

- Akuntansi*, 3(5), 1207-1219.
<https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i5.3653>
- Nainggolan, S., Siahaan, A. L., & Margareta, E. (2022). Jurnal pendidikan sains dan komputer pengaruh prosedur pemberian kredit terhadap minat meminjam anggota pada koperasi simpan pinjam. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 2(2), 281-285. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jpsk.v2i2.1733>
- Ningrum, R. P., & Widyaningsih, M. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan produk gadai (rahn) di pegadaian syariah CPS Solo baru. *Jurnal Syarikah*, 9(2), 186-196.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.8825>
- Pauluzzo, R., & Geretto, E. F. (2017). Evaluating customers' behavioral intentions in less significant financial institutions. *International Journal of Bank Marketing*, 35(4), 714-732. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2016-0078>
- Riany, D. (2019). Analisa akad rahn dan penerapannya pada produk gadai emas di bank syariah Mandiri. *Neraca Keuangan: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 14(2), 1-13. <https://doi.org/https://doi.org/10.32832/neraca.v14i2.2319>
- Ritonga, K., Anggraini, T., & Lubis, arnida wahyuni. (2024). Pengaruh transparansi , akuntabilitas dan kualitas pengelolaan zakat , infaq dan shadaqoh terhadap minat masyarakat berdonasi di lembaga amil zakat al-washliyah. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 3(1), 243-252.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v3i1.2208>
- Saleh, M. A., Quazi, A., Keating, B., & Gaur, S. S. (2017). Quality and image of banking services: a comparative study of conventional and Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 878-902. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0111>
- Sinollah, & Masruro. (2019). Pengukuran kualitas pelayanan (servqual-parasuraman) dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan (studi kasus pada toko mayang collection cabang Kepanjen). *Jurnal Dialektika*, 4(1), 46-64.
<https://doi.org/https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/dialektika/article/view/285/173>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D* (2nd, cetakan ed.). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, quality dan customer satisfaction* (Ed Cet V). Andi.
- Utami, N., & Kamal, R. (2023). Pengaruh kualitas layanan perbankan syariah terhadap kepuasan nasabah. *Karimah Tauhid*, 2(4), 1029-1033.
<https://doi.org/https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i4.8771>
- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 3(1), 53-62. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i1.65>
- Widhiani, W., & Oktriawan, W. (2021). Pengaruh prosedur pembiaayaan arrum haji terhadap peningkatan jumlah nasabah (studi kasus pada kantor cabang pegadaian (Persero) syariah Veteran Purwakarta). *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(2), 126-135. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/shar->

e.v7i2.643

- Winarno, gilang pranaditya, Handayani, J., & Suriana, I. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung pada PT. bank tabungan negara (persero) TBK.cabang Sudirman Balikpapan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 1(1), 1-12.
<https://doi.org/https://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/51?articlesBySameAuthorPage=2#articlesBySameAuthor>
- Wulandari, J., Sulistyono, B. A. P., Verdiansyah, D. M., Lintang, W. W. B., & Oktafia, R. (2024). Konsep dasar pembiayaan dalam perbankan syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 165-171.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jise.v2i2.687>
- Zikir, C. L. N., Riza, A., & Arifin, M. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas dimediasi oleh kepuasan nasabah PT. bank BNI syariah Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 94-114.
<https://doi.org/https://doi.org/10.59024/jumek.v2i4.469>