

ABSTRAK

PENGARUH PENGETAHUAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MELAKUKAN TRANSAKSI DI PT. PEGADAIAN SYARIAH MADIUN

Pegadaian Syariah Madiun merupakan Lembaga keuangan non bank yang merupakan satu-satunya pegadaian syariah yang ada di Madiun. Dengan adanya pegadaian syariah ini masyarakat cukup terbantu dalam meningkatkan perekonomiannya. Di pegadaian syariah Madiun kini sudah banyak melakukan inovasi berupa produk yang beraneka ragam tidak hanya rahn saja akan tetapi mulai dari tabungan emas, arisan, kredit kendaraan bermotor dengan sistem syariah dan lain sebagainya. Dengan adanya pegadaian syariah Madiun ini dapat mempermudah masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya yang semakin kompleks. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti ingin meneliti dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi terhadap Keputusan Nasabah melakukan transaksi di PT.Pegadaian Syariah Madiun”

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sumber data primer yang digunakan yaitu dengan menyebarkan kuisioner pada nasabah PT. Pegadaian Syariah Madiun, sedangkan data sekundernya diperoleh dari data yang diberikan oleh pegawai PT. Pegadaian Syariah Madiun dan juga dari beberapa literature yang mendukung penelitian ini.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan nasabah melakukan transaksi di PT. Pegadaian Syariah Madiun menunjukan hasil bahwa: (1) Variabel pengetahuan atau X1 memiliki nilai Sig sebesar 0,02, maka Sig <0,05 variabel pengetahuan berpengaruh pada variabel keputusan nasabah atau Y. (2) Variabel motivasi atau X2 tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah atau Y. Hasil secara simultan variabel pengetahuan atau X1 dan Motivasi atau X2 secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan nasabah pegadaian syariah madiun.

Kata kunci : Pengetahuan, Motivasi, Keputusan Menjadi Nasabah

ABSTRAC

THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND MOTIVATION ON CUSTOMER'S DECISION TO MAKE TRANSACTIONS IN PT. MADUN SHARIA PEGADAIAN

Madiun Sharia Pawnshop is a non-bank financial institution which is the only sharia pawnshop in Madiun. With the existence of this Islamic pawnshop the community is quite helped in improving its economy. In Madiun's sharia pawnshop, there are already many innovations in the form of diverse products, not only rahn but also ranging from gold savings, social gathering, motorized vehicle loans to the sharia system and so on. With the Madiun sharia pawnshop this can make it easier for people to meet their increasingly complex needs. Based on the description above, the researcher wants to examine with the title "The Influence of Knowledge and Motivation on the Customer Decision to make a transaction at PT. Pegadaian Syariah Madiun"

This research is a type of quantitative research. The primary data source used is by distributing questionnaires to customers of PT. Pegadaian Syariah Madiun, while secondary data obtained from data provided by employees of PT. Madiun Sharia Pawnshop and also from some literature that supports this research.

Based on the discussion above, it can be concluded that the influence of knowledge and motivation on the customer's decision to make a transaction at PT. Madiun Syariah Pawnshop shows the results that: (1) Knowledge variable or X1 has a Sig value of 0.02, then Sig <0.05 knowledge variable influences the customer decision variable or Y. (2) Motivational variable or X2 has no significant effect on the customer's decision or Y. Simultaneous results of knowledge variable or X1 and Motivation or X2 simultaneously have a significant influence on the decision of sharia pawnshop pawnshop customers.

Keywords: Knowledge, Motivation, Decision to Become a Customer. Key Word : Pawn and Consumer Behavior.