

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Secara Simultan

Pengaruh secara simultan yaitu pengaruh dari beberapa variabel bebas yang secara bersama-sama saling mempengaruhi variabel terikat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan dari promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non Muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru, dengan nilai signifikansinya uji F 0,002 (Tabel 4.15). Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama teruji kebenarannya, bahwa ada pengaruh secara simultan dari promosi, harga taksiran barang dan prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah non muslim dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

Hal tersebut didukung dengan pernyataan dari hasil wawancara terhadap responden (penaksir gadai) bahwa promosi yang efektif dan menarik, harga taksiran barang yang sesuai dan lebih tinggi serta prosedur pencairan pinjaman yang cepat dapat mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas.

Minat seorang nasabah merupakan keinginan dan kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang. Minat

nasabah ini sangat penting untuk diteliti karena dengan memahami perilaku dan permintaan nasabah maka sebuah bank syariah akan terus eksis.

Menurut Abdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat itu dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang atau objek dan bertindak terhadap orang atau objek, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang.¹

Pemasaran yang dilakukan dengan mematuhi segala aturan dan etika yang ada dan tidak melanggarnya, akan menghasilkan *output* yang bagus. Hal itulah yang selama ini dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru dalam memasarkan produk gadai emas ke masyarakat sehingga menimbulkan minat nasabah tidak hanya dari kalangan muslim saja akan tetapi dari kalangan non muslim juga.

Minat Nasabah non muslim pada produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru dapat bertahan apabila didukung oleh beberapa hal dari pihak bank syariah yang bersangkutan. Beberapa hal tersebut harus menjadi faktor pembeda yang mampu mendorong timbulnya minat nasabah non muslim untuk memilih produk gadai emas. Beberapa hal atau faktor tersebut dapat berupa promosi yang menarik, harga taksiran barang yang tinggi serta prosedur pencairan pinjaman yang cepat, mudah serta tidak membingungkan nasabah.

¹ Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu ...* 263.

Diantaranya strategi promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru adalah brosur-brosur dan spanduk, periklanan, serta *personal selling*.

Selain melakukan promosi yang efektif dan menarik, dalam menimbulkan minat nasabah non muslim untuk memilih produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah dengan cara menyesuaikan harga taksiran yang dilakukan. Karena semakin tinggi harga taksiran yang diberikan oleh sebuah instansi dalam produk gadai akan mampu mendorong minat nasabah non muslim di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru. Hal tersebut didukung dengan ungkapan oleh Rambat Lupiyoadi dan Hamdani “Harga taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.”²

Produk gadai emas merupakan salah satu produk pembiayaan yang menggunakan barang agunan/jaminan berupa emas dalam mendapatkan pinjaman atau pembiayaan, maka dari itu ada prosedur pencairan pinjaman sebelum pembiayaan itu dapat diterima oleh nasabah. Prosedur pencairan pinjaman produk gadai emas yang berlaku di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Setelah prosedur pencairan pinjaman dilengkapi oleh nasabah, maka pencairan modal/utang akan dilakukan oleh bank dan langsung

² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen*,... 70-71

mendebetkan ke rekening nasabah yang mengajukan pembiayaan gadai emas. Penerima fasilitas gadai emas ini dibagi berdasarkan 5 golongan:

Tabel 5. 1
Golongan Nasabah Berdasarkan Jumlah Pinjaman

| Golongan | Jumlah Pinjaman Yang Diberikan |
|-----------------|---------------------------------------|
| A | Nilai 2 gram emas $< n \leq 5$ Juta |
| B | 5 Juta $< n \leq 10$ Juta |
| C | 10 Juta $< n \leq 25$ Juta |
| D | 25 Juta $< n \leq 50$ Juta |
| E | $N > 50$ Juta |

Sumber : Surat Edaran No. SE: S.022-DIR/MDM/05-2013 BRI Syariah

B. Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Secara Parsial

Pengaruh secara parsial yaitu pengaruh dari masing-masing variabel bebas yang secara individu mempengaruhi variabel terikat dengan tingkat pengaruh yang berbeda-beda. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

Dengan koefisien regresi variabel promosi (X_1) adalah positif dan nilai signifikansinya kurang dari 0.05, yaitu 0.044.(Tabel 4.16). Hal ini berarti variabel promosi (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim (Y). Koefisien regresi variabel harga taksiran barang (X_2) adalah positif dan nilai signifikansinya kurang dari 0.05, yaitu 0.047.(Tabel 4.16). Hal ini berarti variabel harga taksiran barang (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim (Y). Koefisien regresi variabel prosedur pencairan pinjaman (X_3) adalah positif dan nilai signifikansinya kurang dari

0.05, yaitu 0.036.(Tabel 4.16). Hal ini berarti variabel prosedur pencairan pinjaman (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim (Y).

1. Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah

Melihat semakin berkembangnya permintaan warga masyarakat dan kian diterimanya pola bisnis berbasis syariah dalam praktek prekonomian di Indonesia, maka banyak bank dan lembaga keuangan lainnya tertarik untuk menerapkan pola serupa apalagi pola pegadaian syariah memungkinkan perusahaan dapat lebih proaktif dan lebih produktif dalam mempromosikan agar dapat menghasilkan berbagai produk jasa keuangan modern, seperti jasa piutang atau jual beli. Pada produk gadai model dimaksud, nilai-nilai dan prinsip syariah dalam hal gadai dapat diimplementasikan selain itu, fungsinya juga dapat dipertimbangkan sebagai lembaga intermediasi bagi warga masyarakat terhadap sektor keuangan.

Dibandingkan dengan sistem gadai konvensional, sistem *Qardh* dengan gadai emas yang diterapkan PT. Bank BRI Sayriah KCP Gateway-Waru memiliki berbagai kelebihan, diantaranya : Pertama. Produk jasa gadainya berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dimana nasabah hanya dibebani biaya administrasi, biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*). Praktek ini berbeda dengan yang diterapkan sistem konvensional dimana nasabah dikenakan kewajiban

membayar sewa modal/uang (bunga uang atau riba). Kedua, dalam pengembalian pinjaman nasabah diberi pilihan antara membayar secara sekaligus atau dengan cara cicilan. Ketiga, biaya jasa simpan dan pemeliharaan barang jaminan (*ijarah*) relatif lebih rendah dibanding bunga bank.

Untuk menimbulkan minat yang lebih besar terhadap suatu produk, para manajer pemasaran seharusnya melengkapi iklan mereka dengan cara promosi produk.³

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kasmir, promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat mengenal produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.⁴ Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.⁵ Berdasarkan hasil wawancara dengan Pegawai Penaksir gadai di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru, bahwa promosi yang menarik dan menggunakan bahasa yang efektif baik dari segi tulisan maupun paparan lisan akan mempermudah nasabah untuk memilih produk yang kita tawarkan.⁶

Hal ini senada dengan teori yang dikemukakan oleh E. Jerome McCarthy bahwasanya promosi memerlukan komunikasi yang efektif.

³ E. Jerome McCarthy, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1993), 293.

⁴ Indriyo Gitosudarmo, [M. Com.](#), *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFYogyakarta, 1997), 237.

⁵ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), 175.

⁶ Anisa Widyastuti, Wawancara, Sidoarjo, 28 Mei 2014

Promosi akan sia-sia apabila tidak dikomunikasikan secara efektif.⁷ Sehingga diperlukan promosi berkelanjutan untuk menimbulkan minat serta memberi kesempatan untuk membentuk minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Upaya menimbulkan keinginan dengan menggunakan bujukan/ajakan. Upaya mendorong tindakan konsumen yaitu dengan mengingatkan kembali produk yang sudah pernah diberitahukan.

Akan tetapi meskipun tujuan promosi adalah memperkenalkan produk ke nasabah, karyawan PT. Bank BRI Syariah telah menyampaikan produknya sesuai dengan spesifikasi produk itu sendiri, tidak menyelewengkan informasi tentang suatu jasa atau produk tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang telah ditulis oleh peneliti pada bab dua, yaitu mengenai nilai kejujuran yang harus dimiliki seorang pemasar dalam mempromosikan produknya. Sesuai dengan himbauan Rasulullah saw.:

عَنْ أَبِي قَتَادَةَ الْأَنْصَارِيِّ أَنَّهُ سَمِعَ رَسُولَ اللَّهِ -صلى الله عليه وسلم- يَقُولُ:
 «إِيَّاكُمْ وَكَثْرَةَ الْحَلْفِ فِي الْبَيْعِ فَإِنَّهُ يُنْفِقُ ثُمَّ يَمْحَقُ». (رواه مسلم والنسائي)⁸

Artinya: dari Abi Qotadah al-Anshori dia mendengar Rasulullah SAW bersabda: “jauhkan dirimu dari banyak bersumpah dalam berjualan karena sesungguhnya ia memanipulasi (iklan dagangan) kemudian menghilangkan keberkahan.

Berdasarkan tiga kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru yaitu dalam bentuk brosur-brosur dan

⁷ E. Jerome McCarthy, *Dasar-dasar...*, 299.

⁸ Muslim bin Hajjaj, , *Shahih Muslim*, (Mesir: Dar Ibn al-Jauzi, 2010), 449.
 Ahmad bin Syaib al-Nasa'I, *Sunan al-Nasa'I*, (Mesir: Dar Ibn al-Jauzi, 2010), 507.

spanduk, periklanan baik dari media elektronik maupun media cetak serta talkshow radio serta *personal selling* harus jujur tanpa ada unsur kebohongan/manipulasi sesuai dengan tuntunan nabi Muhammad saw. pada hadits di atas.

Dari ketiga metode promosi yang digunakan oleh PT. Bank BRI Syariah hingga saat ini terbukti mampu menarik minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emasnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} serta nilai signifikansinya kurang dari 0.05 (Tabel 4.16). Sehingga dalam penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

Hal tersebut sama dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Faridatun Sa'adah yang berjudul Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah cabang Dewi Sartika menyimpulkan Implementasi strategi pemasaran (Promosi) yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika ternyata mampu mempengaruhi perkembangan jumlah nasabah, ini terbukti dengan pencapaian target dan peningkatan omset dari usaha syariah serta pertumbuhan jumlah nasabah dari tahun ke tahun yang semakin meningkat.⁹

⁹ Faridatun Sa'adah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam upaya menarik minat nasabah pada pegadaian syariah cabang Dewi Sartika" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008), 83.

2. Pengaruh Harga Taksiran Barang terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP gateway-Waru

Gadai Emas iB adalah fasilitas pinjaman yang merupakan salah satu jenis pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah Islam, dimana Bank Syariah memberikan pinjaman dana kepada nasabah perorangan dan nasabah menyerahkan barang berharga tertentu sebagai agunan kepada Bank Syariah (selanjutnya disebut Gadai/Qardh Beragun Emas/Qardh beragun Emas).¹⁰

Bank Syariah akan meminjamkan dana kepada nasabah sesuai taksiran Bank Syariah atas harga barang berharga, dalam hal ini emas. Kemudian nasabah wajib membayar lunas pinjamannya pada saat jatuh tempo/dalam jangka waktu tertentu sesuai keinginannya beserta biaya pemeliharaan dan penyimpanan.¹¹

Harga taksiran adalah jumlah maksimal pinjaman yang diperoleh nasabah dari taksiran barang yang diagunkan sesuai dengan standart yang ditentukan. Menurut Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, harga taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.¹²

¹⁰ Surat Edaran No. SE: S.022-DIR/MDM/05-2013 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Qardh Beragun Emas PT. Bank BRI Syariah (Gadai BRIS iB). Jakarta, 3 Mei 2013

¹¹ Ibid.

¹² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*,(Jakarta: Salemba, 2008), 70-71.

Jasa harus memiliki keunggulan terhadap harga disamping keunggulan produk promosinya. Gadai emas syariah membebankan biaya jasa penyimpanan kepada nasabah yang ditentukan berdasarkan nilai taksirannya.¹³ Nasabah juga dikenakan biaya administrasi dan materai di awal akad.¹⁴ Jasa yang diperoleh nasabah sebanding dengan biaya yang dibebankan dapat mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa yang diinginkan.¹⁵

Oleh karena itu menurut PT. Bank BRI Syariah, harga taksiran barang menjelaskan jumlah maksimal pinjaman yang diperoleh nasabah dari taksiran emas yang disesuaikan dengan harga standart emas. Standar Taksiran Logam Emas (STLE) adalah harga patokan emas baik logam mulia maupun perhiasan yang ditentukan oleh Kantor Pusat dan dihitung berdasarkan formula tertentu yang digunakan sebagai pedoman dalam menentukan taksiran terhadap emas yang akan dijaminkan.¹⁶ Penetapan STLE ini tetap mengacu kepada ketentuan *Financing To Value* (FTV) yang diatur oleh Bank Indonesia No. 14/7/DPbS tentang Produk Gadai Emas Bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah.

Penetapan FTV di BRI Syariah berdasarkan persentase dari STLE. Penetapan STLE berdasarkan formula tertentu dari harga emas

¹³ Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang *Rahn*.

¹⁴ Kamus Bisnis dan Bank, “ http://www.mediabpr.com/kamus-bisnis-bank/biaya_administrasi.aspx, akses tanggal 14 Mei 2014.

¹⁵ Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, Manajemen Pemasaran, ... 217-221.

¹⁶ Surat Edaran No. SE: S.022-DIR/MDM/05-2013 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Qardh Beragun Emas PT. Bank BRI Syariah (Gadai BRIS iB). Jakarta, 3 Mei 2013

berdasarkan *Reuters Price* setiap harinya, dimana penetapannya ditentukan oleh *Treasury Group* atau *Group/Department* yang bertanggung jawab atas harga emas setiap harinya. Selain itu rumus yang digunakan untuk menentukan nilai taksiran dibedakan untuk emas jenis Logam Mulia (LM) ANTAM dan Selain Logam Mulia (LM) ANTAM.

Berdasarkan rumus yang digunakan dalam menentukan taksiran emas yang digadaikan nasabah mampu mempengaruhi minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru. Hal ini terbukti dengan uji t (secara parsial) harga taksiran barang mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru. Uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansinya < 0.05 , yaitu sebesar 0.047. (Tabel 4.15)

Penelitian yang dilakukan oleh Yalisma Dewi dengan judul Pengaruh Nilai taksiran, Biaya-biaya, promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta) juga menyimpulkan bahwa nilai taksiran

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah.¹⁷

3. Pengaruh Prosedur Pencairan Pinjaman terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP gateway-Waru

Menurut Moekijat, prosedur adalah serangkaian tugas yang saling berhubungan yang merupakan urutan menurut waktu dan cara tertentu untuk melakukan pekerjaan yang harus diselesaikan. Biasanya suatu prosedur meliputi bagaimana, bilamana, dan oleh siapa masing-masing tugas harus diselesaikan.¹⁸

Kasmir menyatakan bahwa dalam keputusan persetujuan pembiayaan biasanya akan mencakup: (1) Jumlah uang yang diterima, (2) Jangka waktu dan (3) Biaya-biaya yang harus dibayar.

Setelah prosedur pembiayaan itu dipenuhi oleh nasabah maka pencairan pinjaman akan bisa dilakukan oleh bank. Hal ini senada juga diungkapkan oleh Lukman Dendawijaya bahwa pencairan pinjaman hanya dapat dilakukan oleh bank setelah calon nasabah memenuhi berbagai persyaratan yang telah ditentukan.¹⁹ Prosedur pencairan pinjaman yang ditentukan oleh suatu bank akan berpengaruh terhadap

¹⁷ Yalisma Dewi, “Pengaruh Nilai taksiran, Biaya-biaya, promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)”, (Skripsi—UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2013), 91.

¹⁸ Moekijat, *Kamus Manajemen*. (Bandung: Mandar Maju, 1990), 435.

¹⁹ Lukman Dendawijaya. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), 81.

keputusan nasabah dalam memilih produk yang ditawarkan oleh suatu bank.

Gadai Emas iB adalah fasilitas pinjaman yang merupakan salah satu jenis pembiayaan berdasarkan prinsip Syariah Islam, dimana Bank Syariah memberikan pinjaman dana kepada nasabah perorangan dan nasabah menyerahkan barang berharga tertentu sebagai agunan kepada Bank Syariah. Produk ini sangat cocok untuk nasabah yang sedang membutuhkan dana dalam jangka pendek dengan waktu yang cepat, karena hanya dengan membawa emas yang ingin diagunkan serta membayar biaya-biaya yang telah ditentukan oleh pihak bank serta mengikuti semua prosedur yang ada.

Berdasarkan prosedur yang telah ditentukan oleh PT. Bank BRI Syariah yang telah diuraikan penulis pada bab sebelumnya (BAB IV) yang paling penting adalah nasabah datang membawa emas yang akan diagunkan serta memiliki dan membawa rekening tabungan di PT. Bank BRI Syariah apabila ingin menjadi nasabah gadai emas di PT. Bank BRI Syariah.

Setelah mengetahui prosedur pencairan pinjaman produk gadai emas yang diterapkan di PT. Bank BRI Syariah cukup efektif dan sangat mudah untuk dipenuhi oleh nasabah terutama non muslim yang ingin menggadaikan emasnya di PT. Bank BRI Syariah KCP Gaetway-Waru maka sekarang kita analisis pengaruh variabel tersebut terhadap

minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan di bab sebelumnya (BAB IV), peneliti dapat menyimpulkan bahwa faktor/variabel prosedur pencairan pinjaman mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru. Hal ini didukung oleh analisis penulis pada uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi dibawah 0.05 yaitu sebesar 0.036 (Tabel 4.15). Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa ada pengaruh secara parsial antara prosedur pencairan pinjaman terhadap Minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.

C. Pengaruh Variabel yang Paling Dominan Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru

Berdasarkan uji t pada bab sebelumnya (BAB IV), dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel (promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman) secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru karena masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0.05. Akan tetapi dari ketiga variabel ini yang memiliki nilai signifikansi paling kecil yaitu variabel prosedur pencairan pinjaman dengan

nilai signifikansinya 0,036 (Tabel 4.15). Jadi untuk hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima karena dari ketiga variabel yaitu promosi, harga taksiran barang dan prosedur pencairan pinjaman yang paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru adalah prosedur pencairan pinjaman. Oleh sebab itu hal ini terbukti bahwasanya prosedur pencairan pinjaman untuk produk pembiayaan gadai emas tidak ribet dan juga tidak membingungkan nasabah.