

**PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH PADA  
PRODUK GADAI EMAS iB BAROKAH DI BANK JATIM  
SYARIAH KC SIDOARJO**

**SKRIPSI**

Oleh

**AIDA RACHMAWATI**

**NIM: 08020420039**



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA**

**2024**

## PERNYATAAN

### PERNYATAAN

Saya, Aida Rachmawati, 08020420039, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar Pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 06 Juni 2024



Aida Rachmawati  
NIM. 08020420039

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Surabaya, 22 April 2024

**Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji**

Dosen Pembimbing,



Dr. Mustofa, S.Ag., M.EI

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK GADAI EMAS IB BAROKAH DI BANK JATIM SYARIAH KC SIDOARJO

Oleh  
Aida Rachmawati  
NIM: 08020420039

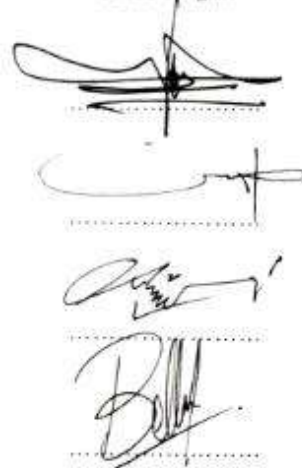
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
Tanggal 06 Juni 2024 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk

Diterima

### Susunan Dewan Penguji

1. Dr. Mustofa, S.Ag., M.El  
NIP. 197710302008011007  
(Penguji 1)
2. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M.  
NIP. 196806212007011030  
(Penguji 2)
3. Andhy Permadi, M.Kom  
NIP. 198110142014031002  
(Penguji 3)
4. Saqofa Nabilah Aini, S.E., M.Sc.  
NIP. 199301092020122028  
(Penguji 4)

### Tanda Tangan:



Surabaya, 06 Juni 2024  
Dekan,



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.El  
NIP. 197005142000031001

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanggung jawab di bawah ini, saya:

Nama : AIDA RACHIMAWATI  
NIM : 08020420039  
Fakultas/Jurusan : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM / EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : aidarachmawati67@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi  Tesis  Disertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :


PENGARUH PENGETAHUAN, PROMOSI, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
MINAT NASABAH PADA PRODUK GADAI EMAS IB BAROKAH DI BANK JATIM  
SYARIAH KC SIDOARJO

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Juli 2024

Penulis  
  
(Aida Rachmawati)

## ABSTRAK

Semakin berkembangnya zaman akan diiringi dengan meningkatnya kebutuhan manusia. Sehingga hal ini membuat setiap individu maupun keluarga harus memiliki kemampuan dalam memenuhi kebutuhan ekonominya. Solusi pendanaan merupakan suatu sarana alternatif bagi individu maupun keluarga yang mengalami kesulitan dalam hal keuangan. Salah satu solusi yang dapat digunakan yaitu Gadai Emas iB Barokah yang merupakan suatu produk yang disediakan oleh lembaga keuangan syariah terutama Bank Jatim Syariah. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat nasabah pada produk Gadai Emas iB Barokah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Sedangkan untuk populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang melakukan kegiatan transaksi di lembaga Bank Jatim Syariah KC Sidoarjo dengan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik accidental sampling yang berarti teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga siapa saja nasabah yang datang untuk bertransaksi dan kebetulan bertemu dengan pihak peneliti dapat digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Sehingga dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui maka sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus lameshow dan menghasilkan sebanyak 96 responden. Analisis dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 25, adapun analisisnya menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pengetahuan dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pada produk Gadai Emas iB Barokah. Sedangkan untuk variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah pada produk Gadai Emas iB Barokah. Dan secara simultan Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk Gadai Emas iB Barokah.

Berdasarkan penelitian ini diharapkan lembaga Bank Jatim Syariah dapat meningkatkan pengetahuan para nasabah dengan cara memperluas kegiatan promosi dan meningkatkan kualitas pelayanan yang dimilikinya agar dapat menumbuhkan rasa minat dalam diri nasabah untuk menggunakan produk Gadai Emas iB Barokah.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Minat

## ABSTRACT

As time progresses, human needs will increase. It means that every individual and family must have the ability to fulfill their needs. Funding solution is an alternative that is very useful for both individuals and families who have financial difficulties. One of the solutions that can be used is the iB Barokah Gold Pawn which is a product provided by sharia financial institutions, especially Bank Jatim Syariah. The aim of this research is to find out whether Knowledge, Promotion and Service Quality have significant and simultaneous influence on customer interest in the iB Barokah Gold Pawn product.

The method used in this research was a quantitative method. Meanwhile, the population in this study were customers who carry out transaction activities at the Bank Jatim Syariah KC Sidoarjo institution using a non-probability sampling method with an accidental sampling technique. This means a sampling technique based on chance, so that any customer who comes to make a transaction and happens to meet a researcher can be used as samples in this research. Therefore, the population size is unknown, the sample in this study was determined based on the lameshow formula and resulted in 96 respondents. The analysis in this research used SPSS version 25 software, the analysis used validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The research result shows that partially the Knowledge and Promotion variables have a positive and significant effect on customer interest in the iB Barokah Gold Pawn product. Meanwhile, the partial Service Quality variable does not have a significant effect on customer interest in the iB Barokah Gold Pawn product. Moreover, simultaneously Knowledge, Promotion and Service Quality have a significant effect on customer interest in the iB Barokah Gold Pawn product.

Based on this research, it is hoped that the Bank Jatim Syariah institution can increase customer knowledge by expanding promotional activities and improving the quality of its services in order to foster a sense of interest in customers to use the iB Barokah Gold Pawn product.

**Keywords:** Knowledge, Promotion, Service Quality, and Interest

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN .....	iii
DECLARATION .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PENGESAHAN .....	vi
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Minat Nasabah .....	10
2.1.2 Konsep Pengetahuan .....	13



2.1.3	Konsep Promosi .....	16
2.1.4	Kualitas Pelayanan.....	18
2.1.5	Gadai Emas Syariah .....	22
2.2	Penelitian Terdahulu .....	26
2.3	Kerangka Konseptual.....	30
2.4	Pengembangan Hipotesis .....	31
BAB III .....		34
METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Jenis Penelitian.....	34
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	39
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.7	Teknik Analisis Data.....	43
3.8	Pengujian Hipotesis .....	46
BAB IV .....		47
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....		47
4.1	Gambaran Umum.....	47
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.3	Analisis Model.....	57
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
4.3.2	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.3	Uji Regresi Linier Berganda .....	64
4.3.4	Uji Hipotesis .....	65
4.3.5	Koefisiensi Determinasi .....	68
4.4	Pembahasan.....	68

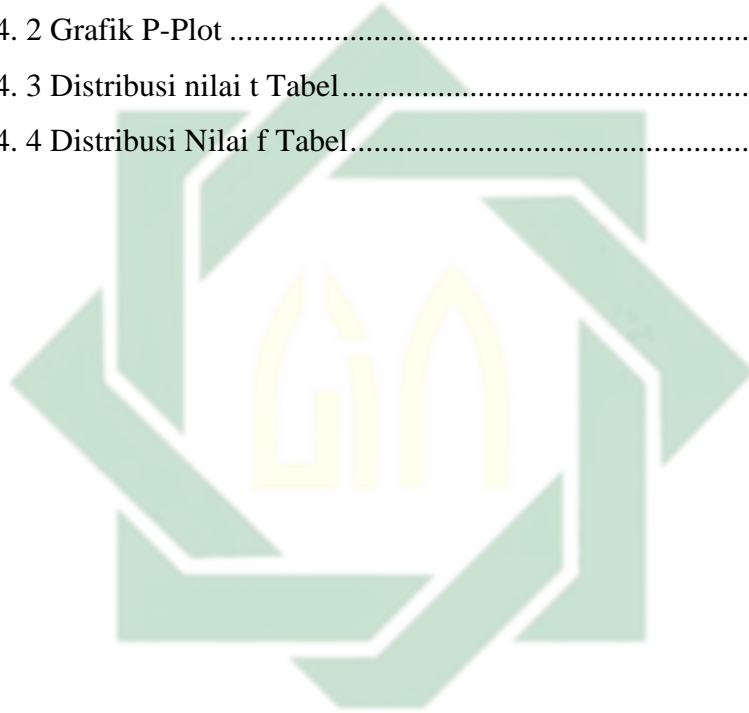
4.4.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah.....	69
4.4.2	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah.....	70
4.4.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah.....	72
4.4.4	Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah	74
BAB V .....		76
KESIMPULAN DAN SARAN.....		76
5.1	Kesimpulan .....	76
5.2	Saran .....	76
DAFTAR PUSTAKA .....		78
LAMPIRAN.....		84



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia .....	1
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 4. 1 Distribusi Nilai r Tabel.....	57
Gambar 4. 2 Grafik P-Plot .....	62
Gambar 4. 3 Distribusi nilai t Tabel.....	65
Gambar 4. 4 Distribusi Nilai f Tabel.....	67



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Biaya Administrasi Gadai Emas .....	26
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	50
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	51
Tabel 4. 6 Jumlah Responden Nasabah Gadai .....	52
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Variabel Minat Nasabah (Y) .....	53
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) .....	54
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Variabel Promosi ( $X_2$ ).....	55
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah (Y) .....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) .....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_2$ ).....	59
Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	60
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas .....	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63
Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 20 Hasil Uji T.....	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji F .....	67
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	68

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Output Perhitungan SPSS
- Lampiran 3 Hasil Distribusi Jawaban Kuesioner



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Karimuddin, Jannah Misbahul, Aiman Ummul, & dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Abubakar Rifa'i. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adiputra Sudarma. I. M, Trisnadewi Wayan. N, Oktaviani Wiwik. P. N, Munthe Asnawati. S, & dkk. (2021). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yayasan Kita Menulis.
- Arifin By Udin. B. M & Aunillah. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*. UMSIDA PRESS.
- Armaniah Henny, Marthanti Sari. A, & Yusuf Faif. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel AHASS Honda Tangerang. *Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 2(2).
- Bank Jatim. (2017). *Profil Sejarah*.
- Bank Jatim (Director). (2023, June). *Bank Jatim Syariah Sidoarjo*.
- Budiastuti Dyah & Bandur Agustinus. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas (Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS)*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Chotifah Siti Yuliana. (2018). Peningkatan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling. *Journal of Finance and Islamic Banking*, Vol. 1(1).
- Darsini, Fahrurrozi, & Cahyono Agus E. (2019). Pengetahuan: Artikel Review. *Jurnal Keperawatan*, Vol. 12(1).
- Djafar, Abubakar Achmad, & Basri Halimah. (2022). Gadai Konvensional Dan Gadai Syariah Dalam Geliat Perkembangan Ekonomi. *Journal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, Vol. 5(1).

- Firmansyah Anang. M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Hardani, Auliya Hikmatul. N, Andriani Helmina, & dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Haris Abdu Romdhoni & Ratnasari Dita. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Vol. 4(2)*.
- Hasibuan Sari K. D & Siregar Akhiruddin P. (2020). Konsep Gadai Syariah Menurut Syafi'i Antonio. *Jurnal: Penelitian Medan Agama, Vol. 11(1)*.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Hrp Ariani Nurlina, Masruro Zulaini, Saragih Zahara Siti, & dll. (2022). *Buku Ajar Belajar Dan Pembelajaran*. Widina Bhakti Persada.
- Imtihan, Ikhwan Hasan & Putri Anisak. (2021). Analisis Fakto-Fator yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menggunakan Kartu Kredit. *EcoGen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Vol. 4(2)*.
- Karmilah Siti & Yono. (2023). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM Keripik Singkong Wahana Snack. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, Vol. 4(3)*.
- Kholik A, Maulida. S, Suganda. D. A, & dkk. (2020). *Perilaku Konsumen Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Koeswara Sonny & Muslimah Muslimah. (2014). Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Performance) Frontliner dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. Bca, Tbk Cabang Permata Buana dengan Pendekatan Metode Regresi Linear Multiple. *Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri, Vol. 8(1)*.

- Maharani Septa Nine. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam, Vol. 1(1)*.
- Maida Desi Riana. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Malik Abdul, Syahriza. A, & Anisah. (2021). Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Desa Pelawan Jaya. *Jurnal Margin, Vol. 1(1)*.
- Manahaar Pamonaran. (2019). Implementasi Gadai Syariah (Rahn) Untuk Menunjang Perekonomian Masyarakat di Indonesia. *Dialogia Iuridica: Jurnal Hukum Bisnis Dan Investasi, Vol. 10(2)*.
- Martowinangun Kasino, Lestari Sri. J. D, & Karyadi. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung. *Co-Management, Vol. 1(2)*.
- Media Komunikasi Dan Informasi Bank Jatim. (2018). *Meneguhkan Kepercayaan Publik (Edisi: 012)*.
- Mensari Dian Rizki & Dzikra Ahmad. (2017). Islam Dan Lembaga Keuangan Syariah. *AL-INTAJ, Vol. 3(1)*.
- Mujibno & Riskiana Elina. (2021). Analisis Gadai Emas iB Barokah Berdasarkan Fatwa DSN MUI Pada Bank Jatim Syariah Sampang. *Bayan Lin Naas, Vol. 5(2)*.
- Mulyawan Rahman. (2016). *Birokrasi Dan Pelayanan Publik*. UNPAD PRESS.
- Mustofa (2017). Peningkatan Kinerja Karyawan Perbankan Syariah di Gorontalo (Stufi atas Budaya Organisasi, Kompetensi, dan Motifasi). *Al-Ulum, Vol. 17(1)*.



- Nastiti Dwi & Laili Nurfi. (2020). *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat Teori Dan Aplikasinya*. UMSIDA Press.
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI)*.
- P. Achru Andi. (2019). Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran. *JURNAL IDAARAH, Vol. 3(2)*.
- Priadana Sidik & Sunarsi Denok. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Purba Sjafei D., Tarigan Wico J., Sinaga Mahaitin, & Tarigan Vitryani. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi, Vol. 5(2)*.
- Purnomo Aldy Rochmat. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. CV. WADE GROUP.
- Qatrunnada Masawayh H., Choiriyah Lailatul, & Fitriani Nurul. (2018). Gadai Dalam Perspektif KUHPerdana Dan Hukum Islam. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam, Vol. 8(2)*.
- Rukmanda Rahayu Meirani. (2020). Konsep Rahn Dan Implementasinya Di Indonesia. *Eco-Iqtishodi Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah, Vol. 2(1)*.
- Rukmanasari Feti. (2017). *Pengaruh Pengetahuan, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Sanita Santi, Aini Kusniawati & Marlina Nur Lestari. (2020). Pengaruh Produk Knowledge Dan Brand Image Terhadap Purchase Intension. *Business Management And Entrepreneurship Journal, Vol. 1(3)*.

- Syahputra Ramadhan Ryo & Hermawan Hendri. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di OS Hotel Batas. *Jurnal Ilmiah Kohesi, Vol. 4(3)*.
- Syafira Dara & Djuni Akbar. (2023). Penggunaan Digital Advertising Dalam Promosi Championship Event Oleh Myedusolve. *Jurnal Bisnis Event, Vol. 4(13)*.
- Sulistiyowati Wiwik. (2018). *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. UMSIDA PRESS.
- Surepno. (2018). Studi Implementasi Akad Rahn (Gadai Syariah) Pada Lembaga Keuangan Syariah. *Tawazun: Journal of Sharia Economic Law, Vol. 1(2)*.
- Theresia Imelda Natalia. (2023). Minat Mahasiswa Program Studi Pendidikan Keagamaan Katolik terhadap Kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka. *Paidea: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Indonesia, Vol. 3(2)*.
- Uluwiyah Nurul A. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. CV Multi Pustaka Utama.
- Widana Wayan I & Muliani Lia. P (2020). *Uji Persyaratan Analisis*. Klik Media.
- Widiarsa. (2019). Kajian Pustaka (Literature Review) Sebagai Layanan Intim Pustakawan Berdasarkan Kepakaran Dan Minat Pemustaka. *Media Informasi, Vol. 28(1)*.
- Yanuar Dwi Naumi & Harti. (2020). Pengaruh Inovasi Produl Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Penjualan Pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 14(2)*.
- Yoesmanam Candra. I. (2015). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kosmetik Organik. *Bisma: Jurnal Bisnis Dan Manajemen, Vol. 7(2)*.
- Yolanda & Wijanarko Harseno Darmanitya. (2018). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua

Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek Di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6(1A).

Zahriyah Aminatus, Suprianik, Parmono Agung, & Mustofa. (2021). *Ekonometrika (Teknik dan Aplikasi dengan SPSS)*. Mandala Press.

Zikri Ahmad & Harahap Ikhsan Muhammad. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 2(1).



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A