

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan Ekonomi Islam ditandai dengan adanya lembaga keuangan syariah dan perbankan syariah, perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang mencakup mengenai kelembagaan, kegiatan usaha, cara dan juga proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam atau prinsip syariah yang didalamnya tidak membebaskan bunga.<sup>2</sup>

Bank syariah di Indonesia sangatlah berkembang dengan pesat di masyarakat, tentunya hal ini menunjukkan bahwasannya bank syariah dapat diterima masyarakat dengan baik, semakin berkembangnya bank syariah di Indonesia tentu saja persaingan di dunia perbankan juga semakin ketat. Setiap pelaku pasar khususnya dalam perbankan harus menjaga daya saing dalam dunia perbankan khususnya pada bank syariah, karena setiap lembaga maupun perusahaan mempunyai tujuan umum yaitu memperoleh keuntungan dan memiliki tujuan khusus yaitu bagaimana berkembangnya perusahaan maupun lembaga di masa yang akan datang.<sup>3</sup>

Prospek lembaga keuangan syariah di Indonesia sendiri amat terbuka peluang yang besar. Karena mayoritas penduduk Indonesia yakni menganut agama Islam. Dimana hal ini dibuktikan dengan Indonesia menduduki posisi

---

<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana, 2011), hal 31-32.

<sup>3</sup> Novia Syara Dhevi Dan Kasmiruddin, *Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Minat Konsumen*, Vol. 2 No. 2, Jom Fisip, Oktober 2015. hal 1-2.

keempat didunia dengan penduduk yang beragama islam paling banyak. Akan tetapi, masih banyak masyarakat Indonesia yang lebih memilih bertransaksi di bank konvensional daripada di bank syariah. Dilihat dari data OJK (Otoritas Jasa Keuangan), bahwa *market share* perbankan syariah di tahun 2019 hanya 5,95% terhadap seluruh aset industri perbankan nasional.<sup>4</sup>

Perbankan Syariah beroperasi dengan sistem bagi hasil yang memberikan alternatif yang saling menguntungkan bagi masyarakat dan bank, menonjolkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, serta mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi. Dengan lahirnya bank Syariah yang beroperasi dengan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada Bank Konvensional, merupakan peluang bagi umat islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah**

	2015 (unit)	2016 (unit)	2017 (unit)	2018 (unit)	2019 (unit)
Bank Umum Syariah	12	13	13	13	14
Usaha Unit Syariah	22	21	21	21	20
BPRS	163	166	167	168	165

*Sumber: Statistik Perbankan Syariah Januari 2020.*

Berdasarkan data perkembangan lembaga keuangan syariah diatas, ternyata Bank Syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan. Salah satunya merupakan Bank Syariah

<sup>4</sup>Otoritas Jasa Keuangan, Melalui <https://www.ojk.go.id/Id/Kanal/Syariah/Berita-Dan-Kegiatan/Publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2019/Snapshot%20perbankan%20syariah%20juni%202019.Pdf>, diakses Pada Tanggal 15 November 2021.

Indonesia (BSI KCP) merupakan salah satu bank syariah terbaru tahun 2021 yang ada di Indonesia dan mendapat perhatian khusus bagi pemerintah maupun masyarakat luas karena pelayanan dan berbagai macam produk yang ditawarkan serta kebijakan yang dilakukan. Kehadiran BSI menjadi salah satu bank syariah terbesar yang dapat membawa dampak besar bagi perekonomian di Indonesia. Hal itu memberikan nilai positif tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia untuk memberikan pelayanan serta produk terbaik bagi masyarakat luas.

Perkembangan kantor BSI yang sudah sangat pesat, hal ini dikarenakan hasil merger dari 3 bank syariah besar, jadi otomatis kantor ataupun cabang dari bank BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah telah diubah nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Bisa dipastikan hampir seluruh wilayah Kabupaten di Indonesia mempunyai kantor Bank Syariah Indonesia. Tak terkecuali di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung Sudirman, yang beralamatkan di Ruko Kepatihan 7-8, Jln. Panglima Sudirman No. 51, Tulungagung, Jawa Timur.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Tulungagung memiliki kantor sebanyak 3 yang tersebar Tulungagung: Pertama, BSI KCP Tulungagung Sudirman (BSM). Alamat: Ruko Kepatihan 7-8, Jl. Panglima Sudirman No. 51, Tulungagung, Jawa Timur. Kedua: BSI KC Sudirman Tulungagung Trade Center (BNIS) Alamat ada di Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A7 Jl. Hasanuddin BSI KK Tulungagung Trade Center

(BRIS) Alamat: Jl. Hasanuddin, Ruko Pangl. Sudirman Trade Center A. 1, Kab Tulungagung, Jawa Timur.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Tulungagung Sudirman merupakan salah satu lembaga keuangan yang menggunakan sistem keuangan berbasis syariah yang ada di Tulungagung. Selama mengawali keberadaannya di bidang industri perbankan yang ada di Indonesia, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Tulungagung secara konsisten terus menuju kinerja dan pertumbuhan yang kompetitif menjadi perusahaan yang baik.

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Tulungagung terus berambisi untuk mengembangkan fasilitas atau produk melalui pelayanan serta penawaran untuk memikat nasabah sesuai dengan ketentuan syariat islam dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Banyak sekali produk yang ditawarkan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Sudirman Tulungagung.

Termasuk produk gadai emas menjadi salah satu produk pembiayaan yang diupayakan terus berkembang di BSI Kantor Cabang Tulungagung. Dengan bervariasinya produk yang tersedia tentu akan menarik minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Produk perbankan syariah seperti simpanan dan pembiayaan telah menjadi produk yang diunggulkan dengan berbagai macam kelebihan yang ditawarkan, tidak terkecuali produk gadai emas (qardh). Secara umum, usaha gadai merupakan kegiatan menjaminkan barangbarang berharga kepada pihak tertentu guna memperoleh sejumlah uang

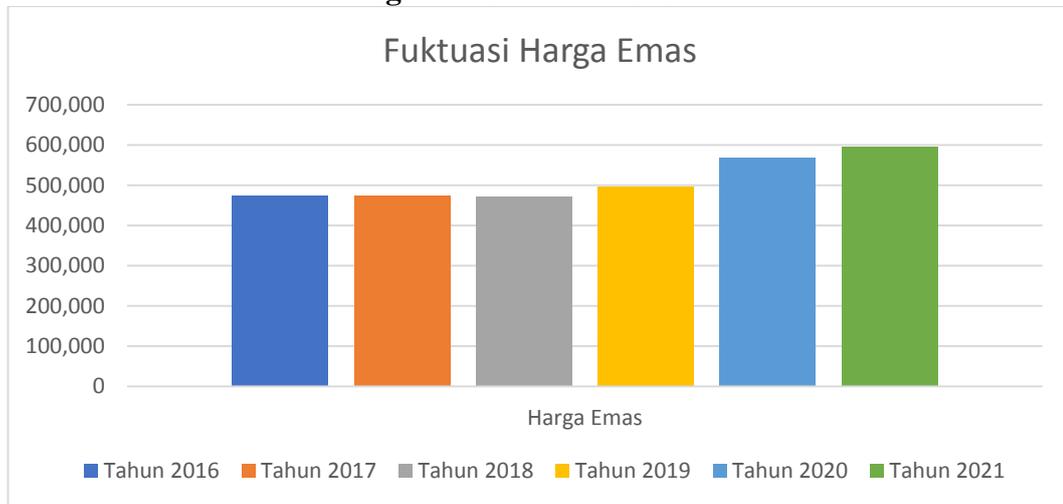
dan barang yang dijamin akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dan lembaga gadai.

Peran utama gadai yaitu untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan dana tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau tukang rentenir yang bunganya relatif tinggi. Secara teknis, gadai emas dapat dilakukan oleh suatu lembaga tersendiri seperti pegadaian syariah, baik sebagai lembaga gadai swasta maupun pemerintah. Akan tetapi sekarang ini banyak gadai yang dilakukan di suatu lembaga perbankan. Pada prinsipnya, ketika melakukan transaksi gadai, menyerahkan barang yang dimiliki untuk mendapatkan pinjaman dana. Atas pinjaman dana tersebut, dibebankan beberapa macam biaya hingga waktu kita bisa melunasi pinjaman tersebut.

Di antara berbagai macam produk investasi, sering mendengar bahwa emas atau logam mulia merupakan investasi yang aman bagi masyarakat. Terlebih dengan pasang surutnya perekonomian global, orang-orang dapat menilai dan melihat pergerakan harga emas. Sekalipun harga emas fluktuatif, harga emas memiliki kecenderungan naik. Oleh sebab itu, emas selalu jadi pilihan mudah bagi banyak orang. Emas merupakan produk investasi yang familiar di masyarakat. Dengan majunya teknologi saat ini, investasi emas pun bisa menjadi lebih mudah.

Berikut ini disajikan data mengenai fluktuasi harga emas dari tahun 2016-2021, sebagai berikut :

**Grafik 1.1**  
**Harga Emas Tahun 2016-2021**



*Sumber: Harga Emas Nasional 2021.*

Dari grafik tersebut dapat diketahui harga emas setiap tahunnya mengalami kisaran yang stabil atau fluktuasi dalam batasan jumlah yang relatif sama. Ini mengindikasikan harga emas memiliki stabilitas yang cukup tinggi. Sehingga jarang terjadi perubahan atau fluktuasi signifikan yang mengancam kerugian besar.

Sesuai dengan data yang dihimpun, selama 4 tahun belakangan dinilai dari jumlah nasabah pengguna produk gadai emas, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Nasabah Pengguna Gadai Emas di BSI KC Sudirman Tulungagung**

Tahun	Semester I	Semester II
Tahun 2021	450	435
Tahun 2020	421	428
Tahun 2019	470	488
Tahun 2018	445	466

*Sumber: BSI KCP Tulungagung 2022.*

Sesuai dengan tabel tersebut diketahui bahwasanya minat gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung menunjukkan jumlah yang fluktuatif setiap tahunnya. Misalnya terdapat sekitar 450 nasabah tetap yang menggunakan produk ini, namun dengan jumlah pasti yang mengalami penurunan atau penambahan dari angka 450 nasabah.

Terdapat beberapa faktor yang memicu minat masyarakat dalam melakukan gadai emas, khususnya yaitu berhubungan dengan lokasi penelitian ini yaitu di wilayah Kabupaten Tulungagung berhubungan dengan karakteristik demografi, kondisi ekonomi masyarakat, perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen, keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap minat gadai emas.

Kondisi demografi menjadi salah satu pemicu yang dapat memberikan pengaruhnya pada minat seseorang dalam melakukan gadai emas. Kondisi demografi ini erat berhubungan dengan budaya atau kebiasaan seseorang dalam sebuah wilayah. Dengan kondisi demografi atau kondisi penduduk dalam sebuah wilayah dapat memberikan pengaruh. Pengaruh tersebut menjadi sebuah nilai yang dipandang wajar dan menjadi kebiasaan hingga menjadikan masyarakat berminat dalam memilih dan memutuskan untuk menabung.<sup>5</sup>

Kondisi ekonomi masyarakat menjadi pemicu lain seseorang untuk menabung, baik di bank syariah ataupun bank konvensional, termasuk dalam melakukan gadai emas. Kondisi ekonomi seseorang menjadikan memilih diantara menabung dan tidak menabung. Hal ini juga erat kaitannya dengan penghasilan dan pekerjaan yang dimiliki seseorang sebelum menabung sebuah

---

<sup>5</sup> Anangadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina, dan Eka Agustianingsih. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah, *Prosiding Pesat.1.5* (2013).

lembaga perbankan yang dipilihnya. Hal ini terlepas dengan pandangan menabung di bank syariah lebih baik daripada di bank konvensional.<sup>6</sup>

Perilaku konsumen menjadi faktor selanjutnya yang juga mempengaruhi seseorang dalam melakukan gadai emas di bank syariah. Ini juga berhubungan dengan kondisi demografi dan budaya masyarakat. Karena perilaku konsumen ini yang cenderung dalam memberikan pengaruhnya pada keputusan seseorang dalam memilih atau memutuskan pilihannya. Namun upaya dalam mempengaruhi perilaku konsumen tetap dapat dilaksanakan dalam menjatuhkan pilihannya.<sup>7</sup>

Pengetahuan konsumen merupakan faktor lainnya yang dominan dalam mempengaruhi minat seseorang dalam menjatuhkan pilihannya, khususnya dalam melakukan gadai emas. Dengan pengetahuan yang cukup maka seseorang akan dapat memberikan penilaian secara menyeluruh dan detail. Pengetahuan tersebut juga menjadi modal yang dapat memberikan motivasi hingga menjadikan seseorang berminat dalam mengambil pilihannya.<sup>8</sup>

Karakteristik demografi menurut Siswono yang memberikan definisi demografi sebagai ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur meliputi perubahan secara umum, sifat fisik

---

<sup>6</sup> Raja Sakti Putra Harahap, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah Di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan, *Jurnal Al-Qasid Islamic Economic Alternative* 1.1 (2019), hal. 21-39.

<sup>7</sup> Sukardi, *Perilaku Menabung Karyawan Amal Usaha Muhammadiyah Kota Yogyakarta*, (UM: Magelang Conference Series. 2018). Hal.31

<sup>8</sup> Tita Octavina Fauzy, Agus Purwadi, Dan Rahmad Hakim, Analisis Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Santri Pondok Pesantren Al-Ittihad Mojokerto Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah* 4.2 (2019), hal. 181-206.

dari manusi, peradapan intelektualitas, dan kondisi moralnya.<sup>9</sup> Demografi adalah ilmu yang mempelajari persoalan dan keadaan perubahan-perubahan penduduk atau segala hal ihwal yang berhubungan dengan komponen komponen perubahan tersebut seperti: kelahiran, kematian, migrasi sehingga menghasilkan suatu keadaan dan komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin tertentu.

Adapun teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu menurut Danang kondisi ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktifitas ekonomi, pendapatan, dan kemampuan memenuhi kebutuhan.<sup>10</sup> Kondisi orang tua sangat mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat pendidikan anak.<sup>11</sup>

Teori menurut Philip Kotler Dan Keller tentang perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami tentang perilaku konsumen yang melakukan suatu hal dan apa yang mereka lakukan.<sup>12</sup> Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan,

---

<sup>9</sup> Andi Alim, Arlin Adam, and Benyamin Dimi. "Prevalensi Malaria Berdasarkan Karakteristik Sosio Demografi." *Jurnal Ilmiah Kesehatan* 19.01 (2020): 4-9.

<sup>10</sup> Latif Syaipudin dan Idah Awwalin. "Strategi Promosi Melalui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan pada Home Industry Baso Aci Mahira Lamongan." *Sanskara Manajemen Dan Bisnis* 1.01 (2022), hal. 31-42.

<sup>11</sup> Danang Sunyoto, *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*, (Yogyakarta: Caps (Center of Academy Publishing Service), 2014), hal. 154.

<sup>12</sup> Philip Kotler Dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 45.

mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Nana mengemukakan tentang pengetahuan konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya.<sup>13</sup> Sedangkan Minat menurut teori Nana merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda. Minat erat kaitannya dengan cara pandang konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya.<sup>14</sup>

. Meskipun keputusan yang ditentukan tersebut belum sepenuhnya mutlak dalam memberikan pengaruhnya kepada minat konsumen. Khususnya dalam konteks penelitian ini berhubungan dengan lembaga bank syariah.<sup>15</sup> Namun, beberapa faktor tersebut menjadi faktor yang memberikan pengaruhnya pada minat seseorang dalam memilih dalam melakukan gadai emas. Faktor-faktor tersebut menjadi pemicu yang mampu mempengaruhi seseorang dalam menjatuhkan pilihannya

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Karakteristik Demografi, Kondisi**

---

<sup>13</sup> Nana Herdiana Abdurrahma, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 198.

<sup>14</sup> *Ibid.*, Hal. 176.

<sup>15</sup> Latif Syaipudin. "Peran Komunikasi Massa Di Tengah Pandemi Covid-19." *Kalijaga 2.1* (2020), 223-345

## **Ekonomi, Perilaku Konsumen dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Minat Melakukan Gadai Emas Di BSI KC Sudirman Tulungagung.”**

### **B. Rumusan Masalah**

Sesuai uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh karakteristik demografi terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung?
2. Adakah pengaruh kondisi ekonomi terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung?
3. Adakah pengaruh Perilaku konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung?
4. Adakah pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung?
5. Adakah pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi masyarakat, perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik demografi terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung
2. Untuk mengetahui pengaruh kondisi ekonomi terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung

3. Untuk mengetahui pengaruh Perilaku konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung
5. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi masyarakat, perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung

#### **D. Identifikasi Penelitian Dan Batasan Masalah**

##### 1. Identifikasi penelitian

Penelitian ini membahas mengenai identifikasi cakupan yang muncul pada penelitian, supaya penelitian terarah dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai mengenai pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi, Perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung.

##### 2. Batasan Masalah

Pembatasan masalah ditujukan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas, terarah dan tidak meluas. oleh karena itu skripsi ini penulis melakukan batasan penelitian hanya terfokus pada pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi, Perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KC Sudirman Tulungagung.

## **E. Manfaat Penelitian**

Dari adanya penelitian Penelitian ini, diharapkan dapat berguna baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

### 1. Manfaat teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan dari pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi, Perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas.

### 2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa saran-saran tentang pengaruh karakteristik demografi, kondisi ekonomi, Perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas.

b. Bagi pihak lain yaitu bagi pembaca dapat menambah wawasan dan hasil penelitian ini diharapkan juga dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan masalah yang serupa.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. Penegasan Konseptual

#### a. Demografi

Demografi merupakan ilmu yang mempelajari segala sesuatu dari keadaan dan sikap manusia yang dapat diukur meliputi perubahan secara umum, sifat fisik dari manusia, peradapan intelektualitas, dan kondisi

moralnya.<sup>16</sup> Demografi adalah ilmu yang mempelajari persoalan dan keadaan perubahan-perubahan penduduk atau segala hal ihwal yang berhubungan dengan komponen-komponen perubahan tersebut seperti: kelahiran, kematian, migrasi sehingga menghasilkan suatu keadaan dan komposisi penduduk menurut umur dan jenis kelamin tertentu.

b. Kondisi Ekonomi

Kondisi ekonomi merupakan kedudukan atau posisi seseorang dalam kelompok manusia yang ditentukan oleh jenis aktifitas ekonomi, pendapatan, dan kemampuan memenuhi kebutuhan. Kondisi orang tua sangat mempengaruhi tinggi rendahnya tingkat pendidikan anak.<sup>17</sup>

c. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”.<sup>18</sup> Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

---

<sup>16</sup> Andi Alim, Arlin Adam, and Benyamin Dimi. "Prevalensi Malaria Berdasarkan Karakteristik Sosio Demografi." *Jurnal Ilmiah Kesehatan* 19.01 (2020): 4-9.

<sup>17</sup> Danang Sunyoto, *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, Dan Kasus)*, (Yogyakarta: Caps (Center Of Academy Publishing Service), 2014), hal. 154.

<sup>18</sup> Philip Kotler Dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 45.

#### d. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya.<sup>19</sup> Pengetahuan konsumen adalah pengetahuan mengenai nama produk, manfaat produk, untuk kelompok mana diperuntukkan, berapa harganya, dan dimana produk tersebut dapat diperoleh.<sup>20</sup>

#### e. Minat

Minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan suatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang berbeda. Minat erat kaitannya dengan cara pandang konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan. Konsumen memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena ia meliputi seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya.<sup>21</sup>

### 2. Penegasan Operasional

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji mengenai karakteristik demografi, kondisi ekonomi, perilaku konsumen dan pengetahuan konsumen terhadap minat melakukan gadai emas di BSI KCP Tulungagung. Kajian dilaksanakan dengan menguji indikator yang dimiliki masing-masing variabel hingga dilaksanakan pengujian antara variabel.

---

<sup>19</sup> Nana Herdiana Abdurrahma, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 198.

<sup>20</sup> Mulyadi Nitisusatro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 67.

<sup>21</sup> Nana Herdiana Abdurrahma, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), hal. 176.

## **G. Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan skripsi, penulis menjabarkannya sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN:** Berisi pendahuluan untuk mengantarkan permasalahan skripsi secara keseluruhan, bab ini terdiri dari: A) Latar Belakang Masalah, B) Rumusan Masalah, C) Tujuan Penelitian, D) Identifikasi Penelitian Dan Batasan Masalah, E) Manfaat Penelitian, F) Penegasan Istilah, Dan G) Sistematika Penulisan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** Bab ini menguraikan mengenai: A) Tinjauan pustaka atau buku-buku yang berisi teori-teori besar yaitu mengenai 1) karakteristik demografi, 2) kondisi ekonomi, 3) perilaku konsumen, 4) pengetahuan konsumen, dan 4) minat gadai emas., B) teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu, dan C) Kerangka Penelitian.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN:** Bab ini menguraikan tentang A) Jenis Penelitian, B) Lokasi Penelitian, C) Kehadiran Peneliti, D) Data dan Sumber Data, E) Teknik Pengumpulan Data, F) Teknik Analisa Data, G) Pengecekan Keabsahan Temuan, dan H) Tahap-Tahap Penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN:** Berisi tentang uraian paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

**BAB V PEMBAHASAN:** Memuat tentang keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap

teori yang ditemukan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

BAB VI PENUTUP: Bab ini berisi: A) kesimpulan yang didapat dari penelitian, dan B) saran.