
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK KREDIT USAHA RAKYAT ARRUM EXPRESS LOAN DI PT PEGADAIAN LIMBUNG

Haerunisa¹, Muspa², Rachman Suwandar³

¹ PT Pegadaian

^{2,3} Manajemen, Institut Bisnis dan Keuangan Nitro

email: Nhaerunnisa14@gmail.com, muspa69@yahoo.co.id, rsuwandar@yahoo.co.id

Abstract

The capital challenges faced by UMKM, the government is present with the People's Business Credit (KUR) program as an easy, affordable, and subsidized financing solution. This study aims to determine and analyze what factors influence customer decisions in choosing the KUR Arrum Express Loan product at PT Pegadaian Limbung. The statistical method used to analyze the factors uses the SPSS version 26.00 application. The results of the analysis show that based on the results of the exploratory factor analysis, no factor structure was found that could be formed from the variables tested because all variables have low inter-item correlations, although the reliability of each variable is high. The factors include, Economic Factors, Social & Demographic Factors, Psychological & Behavioral Factors, Procedural & Service Factors, Technology & Accessibility Factors, Regulatory Factors. This shows that the indicators used are independent and do not form a joint latent construct. The Regulation and Government Support factors are the highest factors, with an eigenvalue of 1.391. Social and Demographic Factors are in second place with an eigenvalue of 1.216 and Psychological and Behavioral Factors are in third place, with an eigenvalue of 1.041

Keywords: Customer Decision, People's Business Credit, Arrum Express Loan, PT Pegadaian.

Abstrak

Tantangan permodalan yang dihadapi para pelaku UMKM, pemerintah hadir dengan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) sebagai solusi pembiayaan yang mudah, terjangkau, dan bersubsidi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor apakah yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KUR Arrum Express Loan Di PT Pegadaian Limbung. Metode statistik yang digunakan untuk menganalisis faktor - faktor menggunakan aplikasi SPSS versi 26.00. Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis faktor eksploratori, tidak ditemukan struktur faktor yang dapat dibentuk dari variabel yang diuji karena seluruh variabel memiliki korelasi antar-item yang rendah, meskipun reliabilitas masing-masing variabel tinggi. Adapun faktor-faktor meliputi, Faktor Ekonomi, Faktor Sosial & Demografis, Faktor Psikologis & Prilaku, Faktor Prosedural & Pelayanan, Faktor Teknologi & Aksesibilitas, Faktor Regulasi. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan bersifat mandiri dan tidak membentuk konstruk laten bersama. Faktor Regulasi dan Dukungan Pemerintah menjadi faktor paling tinggi, dengan nilai eigen sebesar 1,391. Faktor Sosial dan Demografi berada di urutan kedua dengan nilai eigen 1,216 dan Faktor Psikologi dan Perilaku menempati posisi ketiga, dengan nilai eigen 1,041

Kata kunci: Keputusan Nasabah, Kredit Usaha Rakyat, Arrum Express Loan, PT Pegadaian.

Sekretariat

Editorial Office: Program Studi Manajemen Universitas Fajar –
Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Email: pomajurnal@gmail.com

OJS: <https://journal.unifa.ac.id/index.php/POMAJURNAL/index>

PENDAHULUAN

PT Pegadaian merupakan lembaga keuangan non-bank milik negara yang tidak hanya fokus pada layanan gadai, tetapi juga menyediakan berbagai produk pembiayaan mikro untuk mendukung pelaku usaha kecil dan menengah. Salah satu produk yang paling dikenal adalah Kredit Usaha Rakyat (KUR), yaitu pembiayaan dengan bunga rendah yang disubsidi pemerintah dan ditujukan untuk pelaku UMKM produktif. KUR Pegadaian mulai kembali aktif disalurkan sejak tahun 2023, dengan proses yang mudah dan tenor yang fleksibel. Berikut data perkembangan nasabah KUR

Tabel 1. Jumlah Nasabah KUR Pegadaian Cabang Limbung

Tahun	Jumlah Nasabah	Omset
2022	212 (<i>triwulan II</i>)	522JT
2023	542	2,9M
2024	718	4,1M

Sumber : Data Pegadaian

Tabel 1 menunjukkan jumlah nasabah yang melakukan pencairan Kredit Usaha Rakyat (KUR) di Pegadaian Cabang Limbung beserta unitnya. Jumlah nasabah KUR Pegadaian meningkat sekitar 32,47% dari tahun 2023 ke tahun 2024. Ini menunjukkan adanya pertumbuhan signifikan dalam penyaluran KUR, yang bisa jadi merupakan hasil dari strategi perluasan akses, sosialisasi produk yang lebih masif, atau meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan pembiayaan mikro Pegadaian.

Masalah utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini, yaitu Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan produk KUR Arrum Express Loan di PT Pegadaian Limbung? Sedangkan tujuan penelitian untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk KUR Arrum Express Loan di PT Pegadaian Limbung.

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan strategis bagi manajemen PT Pegadaian dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan membangun citra merek yang lebih kuat. Dengan mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, perusahaan dapat merancang kebijakan dan program yang lebih efektif untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah, Pegadaian dapat menyusun strategi layanan yang lebih tepat sasaran dan inklusif. Hal ini pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat, mendorong pertumbuhan UMKM, serta memperkuat inklusi keuangan di wilayah Limbung dan sekitarnya. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan sosial ekonomi yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat kecil.

TINJAUAN PUSTAKA

Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor budaya mencakup nilai dan norma yang dianut konsumen, termasuk nilai keagamaan dalam konteks keuangan syariah. Faktor sosial meliputi pengaruh dari keluarga, kelompok referensi, dan status sosial. Faktor pribadi berkaitan dengan usia, pekerjaan, gaya hidup, serta kondisi ekonomi. Sedangkan faktor psikologis mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap suatu produk atau lembaga. Dalam konteks layanan mikro syariah, seperti *Arrum Express Loan*, perilaku nasabah dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap manfaat produk, kemudahan proses, kepercayaan terhadap institusi Pegadaian, serta kesesuaian dengan nilai-nilai syariah yang diyakini. Proses pengambilan keputusan tidak hanya bersifat rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai spiritual dan pengalaman pribadi. Dengan demikian, teori perilaku pelanggan menjadi landasan utama

dalam penelitian ini untuk menjelaskan bagaimana nasabah menentukan pilihannya terhadap produk pembiayaan mikro syariah, serta faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan mereka dalam proses tersebut.

Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah program pembiayaan yang diberikan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang layak tetapi belum memiliki agunan tambahan atau belum sepenuhnya memenuhi persyaratan perbankan umum. Tujuan utama KUR adalah meningkatkan akses pembiayaan kepada sektor produktif, memperkuat daya saing UMKM, dan mengurangi ketimpangan ekonomi. (Kemenko Perekonomian, 2023).

Menurut *Drummond* (2013) Pengambilan keputusan adalah proses memilih dari berbagai alternatif untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini melibatkan identifikasi masalah, pengumpulan informasi, analisis alternatif, dan pemilihan tindakan yang paling tepat. Keputusan melibatkan analisis dan pemilihan strategi untuk memecahkan masalah dengan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dari setiap pilihan.

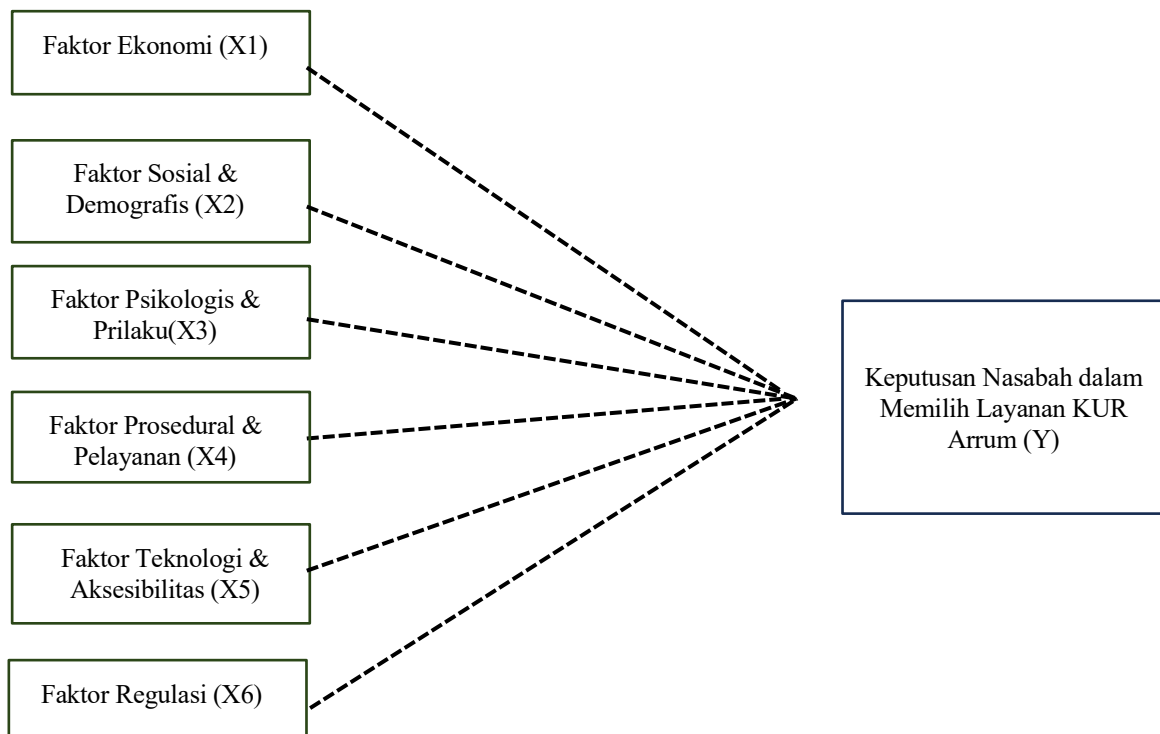
Menurut *Laudon & Laudon* (2018), teknologi informasi menciptakan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat layanan, dan memperluas jangkauan pasar. Sedangkan menurut *Kotler dan Keller* (2016), aksesibilitas adalah kemudahan yang dirasakan konsumen dalam mengakses produk atau layanan, baik secara fisik (lokasi) maupun non-fisik (platform digital).

Menurut *Engel, Blackwell, dan Miniard* (2012), faktor sosial juga memainkan peran penting, Faktor sosial dan demografis adalah unsur-unsur yang berasal dari kondisi sosial masyarakat serta karakteristik kependudukan yang dapat memengaruhi perilaku, preferensi, dan keputusan individu atau kelompok dalam konteks ekonomi, termasuk dalam pengambilan keputusan pembiayaan.

Menurut *Santoso* (2018), regulasi berfungsi sebagai alat kontrol yang memastikan transparansi, keadilan, dan kepatuhan dalam pelaksanaan pembiayaan, sehingga mengurangi risiko penyalahgunaan dan meningkatkan perlindungan bagi pelaku usaha kecil. *Liling Listyawati* (2020) *Analisi Faktor-Faktor Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya*. Penelitian ini menunjukkan internal lebih berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk Kredit Usaha Rakyat. *Sugiyono* (2017) *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta. Buku ini membahas metodologi penelitian dengan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif secara lengkap. *Putri & Santoso* (2020). *Pengaruh Kemudahan Akses dan Suku Bunga terhadap Keputusan Pengambilan KUR (Pada Nasabah Bank BRI Malang)*. Hasil penelitian ini yaitu variabel suku bunga dan kemudahan akses berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Ema Sahrita | Rozzy Aprirachman1* (2024). *Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Pengajuan Pinjaman KUR Pada PT. Pegadaian (Persero) (UPC Bugis Sumbawa Besar)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, prosedur, dan lokasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. *E. Amini, A.* (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh)*. Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor akad yang digunakan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah sebab berbasis syariat islam. *Pristiyono.* (2015, Juni). *Pengaruh Proses Pemberian Kredit Terhadap Minat Nasabah Pada PT Bank Mandiri(Persero) Tbk Kantor Cabang Komplek Tasbi Medan.* (Jurnal Ecobisma). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persyaratan kredit, tingkat bunga dan jangka waktu berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan nasabah. *Anzal.* (2021). *Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu.* Luwu: Institut Agama Islam Negeri Palopo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan nasabah. *Muntasir.* (2016, November).

Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Cikarang. JURNAL LENTERA AKUNTANSI, Vol. 2 No. 2, 61-79. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lokasi yang strategis dan Pelayanan yang prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan nasabah.

Fajri, N. (2018). “Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh”. Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses pengambilan keputusan nasabah.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian mengungkapkan cara-cara yang digunakan dalam proses penelitian atau metode penyelesaian terhadap analisis data yang sesuai. Rancangan desain penelitian ini bersifat survey yaitu menganalisis fakta dan data-data yang menunjang keterangan yang diperlukan untuk mendukung pembahasan penelitian, dalam memecahkan dan menjawab pokok permasalahan yang diajukan yaitu Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Layanan Produk KUR Arrum ExpresS Loan Studi Kasus Pada Nasabah Pegadaian Limbung. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner secara personal (*personally administered questionnaires*) (Sugiyono, 2018). Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner (angket) tertutup dan langsung, artinya angket tersebut langsung diberikan kepada responden dan responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban yang telah tersedia. Pertanyaan-pertanyaan dalam daftar pertanyaan dibuat dengan menggunakan skala likert

Populasi penelitian ini adalah seluruh Nasabah Produk KUR Arrum Pegadaian Cabang Limbung sebanyak 718 Nasabah. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, digunakan rumus Slovin dengan tingkat *margin of error* sebesar 10%. Setelah diperoleh hasil

perhitungan yaitu 87,7 dibulatkan ditetapkan 88 responden tapi untuk mempermudah penelitian maka penulis mencukupkan sebanyak 90 sampel dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian dapat dilengkapi dengan tabel, grafik (gambar), dan/atau bagan. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis, mengaitkan dengan sumber rujukan yang relevan.

Setiap tabel atau gambar diberi nomor urut, judul, yang sesuai dengan isi tabel dan gambar, dan sumber kutipan jika ada. Sumber kutipan ditulis di bawah gambar atau tabel, jenis huruf Times New Roman ukuran 10. Judul tabel ditulis di atas tabel dan judul gambar ditulis di bawah gambar. Tabel atau gambar harus diletakkan di dalam *body text* dan memenuhi standar untuk dicetak.

Uji validitas penting dilakukan agar data yang dikumpulkan dapat dipercaya dan digunakan untuk analisis lebih lanjut. Dalam penelitian ini, validitas diuji dengan melihat nilai signifikansi (*p-value*) dari masing-masing item. Jika nilai $p < 0,05$, maka item dinyatakan valid, artinya pertanyaan tersebut relevan dan layak digunakan untuk menggambarkan variabel yang diteliti. Dengan demikian, melalui uji validitas ini dapat dipastikan bahwa instrumen penelitian sudah sesuai dan mampu mencerminkan persepsi responden terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam mengambil KUR di Pegadaian.

Menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari keenam factor yang meliputi; Faktor Ekonomi, Faktor Sosial & Demografis, Faktor Psikologis & Prilaku, Faktor Prosedural & Pelayanan, Faktor Teknologi & Aksesibilitas, Faktor Regulasi. yang terdiri atas masih menunjukkan nilai *P-Value* yang lebih kecil dari 0,05, yaitu masing-masing 0,002, 0,003 dan 0,000. Hal ini berarti bahwa keseluruhan item pernyataan dinyatakan valid.

Langkah awal yang penting adalah menguji kelayakan data melalui uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Bartlett's Test of Sphericity*. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data memiliki korelasi yang cukup kuat antar variabel sehingga memungkinkan untuk dilanjutkan ke tahap ekstraksi faktor. Nilai KMO mengukur kecukupan sampel, sedangkan *Bartlett's Test* menguji apakah matriks korelasi antar variabel berbeda secara signifikan dari matriks identitas. Jika kedua hasil uji ini memenuhi syarat, maka data dapat dikatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut dengan teknik analisis faktor.

Tabel 2. Hasil Uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) dan *Bartlett's Test of Sphericity*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.507
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	15.974
	Df	15
	Sig.	.004

Sumber : Hasil analisis data dengan SPSS 26.00 (2025)

Nilai KMO pada tabel menunjukkan angka 0,507, yang berada sedikit di atas batas minimum kelayakan yaitu 0,50. Hal ini berarti bahwa sampel dalam penelitian ini cukup memadai untuk dilakukan analisis faktor, meskipun masih dalam kategori rendah. Nilai signifikansi pada *Bartlett's Test of Sphericity* sebesar 0,004 yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa ada hubungan atau korelasi antar variabel dalam data yang digunakan.

tahap selanjutnya dalam analisis faktor adalah melihat kelayakan masing-masing variabel melalui nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) yang terdapat dalam *Anti-Image Correlation Matrix*. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel memiliki

kontribusi yang cukup baik dalam membentuk faktor baru. Nilai MSA terletak pada diagonal matriks korelasi dan menjadi indikator apakah variabel tersebut layak dipertahankan dalam analisis. Jika nilai MSA $\geq 0,50$ maka variabel dianggap layak untuk dilanjutkan dalam proses ekstraksi faktor. Sebaliknya, jika di bawah 0,50, maka sebaiknya dikeluarkan dari analisis. Oleh karena itu, uji MSA menjadi langkah penting dalam memastikan kualitas dan kekuatan variabel yang digunakan. Adapun hasil *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)

No	Variabel	Nilai MSA
1	Total_Ekonomi	0,594
2	Total_Sosial_Demografis	0,558
3	Total_Psikologi_Perilaku	0,518
4	Total_Prosedural_Pelayanan	0,566
5	Total_Teknologi_Aksesibilitas	0,532
6	Total_Regulasi_Dukungan_Pemerintah	0,592

Sumber : Data Primer Setelah Diolah dengan SPSS 26.00 (2025)

Menunjukkan bahwa diperoleh nilai MSA untuk masing-masing variabel menunjukkan seluruh nilai MSA berada di atas batas minimum yang disarankan, yaitu 0,50, yang berarti bahwa masing - masing variabel memenuhi syarat kelayakan untuk dimasukkan ke dalam proses analisis faktor.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		Extraction Sums of Squared Loadings	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.391	23.188	23.188	1.391	23.188	23.188	1.295	21.579	21.579
2	1.216	20.261	43.448	1.216	20.261	43.448	1.254	20.895	42.474
3	1.041	17.355	60.803	1.041	17.355	60.803	1.100	18.329	60.803
4	.886	14.762	75.565						
5	.802	13.366	88.931						
6	.664	11.069	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data Primer Setelah Diolah dengan SPSS 26.00 (2025)

Terdapat tiga komponen utama (faktor) yang berhasil diekstraksi dari enam variabel yang diteliti. Hal ini didasarkan pada nilai *eigenvalue* lebih besar dari 1, yaitu komponen 1 sebesar 1.391, komponen 2 sebesar 1.216, dan komponen 3 sebesar 1.041. Ketiga komponen ini secara kumulatif mampu menjelaskan sebesar 60,803% dari total variasi data, yang berarti lebih dari separuh informasi yang terdapat dalam data awal telah berhasil diringkas oleh tiga faktor ini.

Berdasarkan hasil analisis faktor menggunakan *Principal Component Analysis* (PCA), diperoleh tiga faktor utama yang memiliki nilai eigen tertinggi dan secara bersama-sama

mampu menjelaskan sebagian besar keragaman data. Faktor pertama adalah Faktor Regulasi dan Dukungan Pemerintah, dengan nilai eigen sebesar 1,391. Faktor ini menunjukkan bahwa dukungan pemerintah melalui regulasi yang jelas dan sosialisasi yang dilakukan telah menjadi salah satu alasan kuat nasabah dalam mengambil keputusan terkait produk KUR di Pegadaian. Faktor kedua adalah Faktor Sosial dan Demografis, dengan nilai eigen sebesar 1,216. Hal ini menggambarkan bahwa lingkungan sosial, seperti dukungan dari keluarga atau teman, serta kondisi demografis seperti usia dan pengalaman usaha, turut memainkan peran dalam keputusan nasabah. Faktor ketiga adalah Faktor Psikologi dan Perilaku, dengan nilai eigen sebesar 1,041. Ini menunjukkan bahwa perasaan aman, kepercayaan terhadap produk, serta kecocokan KUR dengan kebutuhan usaha nasabah juga menjadi bagian penting dalam membentuk keputusan mereka. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama memiliki nilai kumulatif varian sebesar 60,803%, yang berarti bahwa ketiganya sudah cukup kuat dalam mewakili

KESIMPULAN

Kesimpulannya adalah faktor regulasi dan dukungan pemerintah menjadi faktor paling tinggi, dengan nilai eigen sebesar 1,391 dan menjelaskan 23,19% dari keseluruhan data. Artinya, nasabah sangat mempertimbangkan adanya dukungan dan sosialisasi dari pemerintah saat memutuskan mengambil KUR. Faktor Sosial dan Demografi berada di urutan kedua dengan nilai eigen 1,216 dan menjelaskan 20,26% dari data. Ini berarti rekomendasi dari orang sekitar dan latar belakang nasabah ikut membantu dalam mengambil keputusan. Faktor Psikologi dan Perilaku menempati posisi ketiga, dengan nilai eigen 1,041 dan kontribusi sebesar 17,36%. Ini mencerminkan pentingnya perasaan aman, percaya, dan harapan yang sesuai terhadap produk KUR bagi nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Amini, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kota Banda Aceh). Banda Aceh. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Anzal. (2021). Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Arifin, M. Z., & Hamidah, N. (2022). Pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kredit Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(1), 22–30.
- Febrianti, F., Purwidiyanti, W., Handayani, E., & Yusnar, A. (2023). Determinan Keputusan Pengambilan Pembiayaan UMKM di Lembaga Keuangan Syariah dengan Variabel Kontrol Faktor Demografi. *Jurnal Iqtisaduna*, 9(2), 199-215.
- Fitriyah, S. L., & Rahman, T. (2023). Strategi Promosi Program KUR pada Bank Syariah Indonesia KC Bojonegoro. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 10(1), 45-60.
- Handayani, R., & Wicaksono, F. (2020). Dukungan Pemerintah terhadap Akses Pembiayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(3), 145-160
- Hidayat, R., & Rachmawati, I. (2020). Pengaruh Kemudahan Prosedur dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Layanan Kredit Mikro. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 8(2), 112–120.
- Kurniawan, A., & Safitri, M. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Rasa Aman terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Layanan Kredit Mikro. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 75–83.

- Listyawati, I., Herawati, A., & Sarwani. (2020). Analisa Faktor-Faktor Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Usaha Rakyat Pada Debitur Bank Rakyat Indonesia Di Kota Surabaya. *Sketsa Bisnis*, 7(1), 11-26.
- Muntasir. (2016). Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah (Persero) Cabang Cikarang. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 2(2), 61-79.
- Nugroho, D. (2019). Kebijakan Pemerintah dan Pengaruhnya terhadap Sektor UMKM. Rajawali. Jakarta.
- Pristiyono. (2015). Pengaruh Proses Pemberian Kredit Terhadap Minat Nasabah Pada PT Bank Mandiri(Persero) Tbk Kantar Cabang Komplek Tasbi Medan. *Jurnal Ecobisma*, 2(2).
- Putri, A. F., & Yulianto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur terhadap Loyalitas Pengguna Kredit Mikro di Lembaga Keuangan Non-Bank. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 45–53.
- Rahmawati, E. (2020). Peran Sosialisasi Pemerintah dalam Meningkatkan Akses Pembiayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 7(3), 78-90.
- Rahmawati, L., & Nugroho, A. D. (2022). Pengaruh Teknologi Digital terhadap Minat Penggunaan Layanan Keuangan Mikro di Kalangan UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 10(2), 85–93.
- Rizki, D. F., & Lestari, E. P. (2020). Pengaruh Harapan dan Kesesuaian Produk terhadap Loyalitas Pengguna Layanan Keuangan Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(2), 105–114.
- Sahrta, E., & Aprirachman, R. (2024). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Pengajuan Pinjaman KUR Pada PT. Pegadaian (Persero) (UPC Bugis Sumbawa Besar). *UTS Student Conference*, 2(1)
- Sari, D. P., & Wijaya, B. (2021). Analisis Pengaruh Sosialisasi dan Promosi Terhadap Minat UMKM Menggunakan Produk Kredit Usaha Rakyat. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 112-125.
- Setiawan, F. (2019). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Kesadaran Masyarakat Terhadap Program Kredit Usaha Rakyat. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 33-42.
- Setiawan, R., & Dewi, A. R. (2021). Aksesibilitas Layanan dan Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen di Lembaga Keuangan Mikro. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 13(1), 40–49.
- Suryani, T., & Huda, N. (2021). Pengaruh Regulasi Pemerintah dan Sosialisasi terhadap Keputusan Masyarakat dalam Mengakses Kredit Usaha Rakyat (KUR). *Jurnal Kebijakan Publik dan Keuangan*, 9(1), 33–42.