

## MOTIF RASIONAL KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK TABUNGAN EMAS DI PT. PEGADAIAN (PERSERO), Tbk. CABANG SUMBAWA BESAR

Marisa Sutanty<sup>1\*</sup>, Kiki Azurawati<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: [marishasutanty@gmail.com](mailto:marishasutanty@gmail.com)

Article Info	Abstrak
<b>Article History</b> Submitted: 01 April 2025 Accepted: 31 Mei 2025 Published: 30 Juni 2025	<i>This study aims to know the effect of rational motives on customers' decisions to choose gold savings products at PT. Pegadaian (Persero), Tbk. branch of Sumbawa Besar. The type of this study was associative study which aims to examine the effect of rational motives (X) on customers' decisions to choose gold savings products at PT. Pegadaian (Persero), Tbk. branch of Sumbawa Besar (Y). The type of data used in this study was quantitative obtained directly from primary sources using a research instrument in the form of a questionnaire. The respondents in this study were 67 gold savings product customers at PT. Pegadaian (Persero), Tbk., branch of Sumbawa Besar. Determination of respondents in this study used a probability sampling technique with the simple random sampling method. The data used in this study was processed using the SPSS application to be analyzed using simple linear regression analysis techniques, partial hypothesis testing (t-test), and coefficient of determination testing (<math>R^2</math>). The results of this study showed that rational motives had a positive and significant effect on customers' decisions to choose gold savings products at PT. Pegadaian (Persero), Tbk. branch of Sumbawa Besar. The ability of rational motives to effect on customers' decisions to choose gold savings products at PT. Pegadaian (Persero), Tbk. branch of Sumbawa Besar was 80.8%, while the remaining of 19.2% was effected by other factors outside this research model, such as customer confidence in the product in question, confidence in references and customer past experiences.</i>
<b>Keywords</b> Rational Motive; Customer Decision.	

### PENDAHULUAN

Dewasa ini, perilaku konsumtif telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat dan tidak jarang membuat masyarakat berperilaku boros karena kesulitan dalam mengelola keuangannya. Secara umum, gaya hidup konsumtif merujuk pada kecenderungan untuk menghabiskan uang untuk barang dan jasa secara berlebihan, dan tidak rasional melebihi kemampuan finansial yang dimiliki. Perilaku ini tidak diiringi dengan pertimbangan matang mengenai apakah barang atau jasa tersebut benar-benar berguna atau diperlukan. Gaya hidup konsumtif dapat membawa risiko pada masa depan finansial yang berkelanjutan, seperti keuangan menjadi tidak stabil dan sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pada akhirnya akan merugikan diri sendiri (Hermawan & Vikaliana, 2023).

Oleh karena itu, perencanaan dan pengelolaan keuangan dengan tepat adalah hal yang sangat penting dan diperlukan agar tidak terjebak dalam perangkap gaya hidup konsumtif. Menghindari gaya hidup konsumtif dengan mengelola keuangan secara bijak akan memberikan banyak manfaat, seperti lebih siap menghadapi situasi darurat dengan mempunyai tabungan dana yang cukup, dan membantu merencanakan masa depan lebih baik. Seseorang yang mampu mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya akan mampu menentukan skala prioritas tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya sehingga tidak akan mengalami kesulitan dan terhindar dari masalah keuangan di masa depan (Agustin *et al.*, 2023).

Dalam usaha untuk mengatasi dampak negatif dari perilaku konsumtif, maka membudayakan kebiasaan menabung merupakan salah satu cara yang tepat. Menabung merupakan salah satu cara untuk mengelola keuangan dengan baik. Menurut Nggorong *et al.* (2023), menabung berarti menyisihkan sebagian pendapatan yang dimiliki untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung merupakan kegiatan positif yang memiliki peranan penting dalam kehidupan finansial seseorang. Dengan menabung, seseorang dapat mengatur keuangan mereka dengan lebih baik, mempersiapkan diri untuk keperluan yang tidak terduga, serta dapat mengembangkan aset mereka di masa depan. Oleh karena itu, menabung harus diajarkan sejak dini agar membentuk pribadi yang lebih hemat dan mampu menentukan prioritas dalam menggunakan uangnya sehingga akan membawa manfaat positif pada kehidupan finansial mereka di masa depan

Jika berbicara perihal menabung dalam mayoritas masyarakat akan terbesit lembaga perbankan. Susilawaty dan Nicola (2020) mengatakan bank adalah suatu lembaga kepercayaan masyarakat yang digunakan untuk menyimpan uang dan mempercayakan bank dalam mengelola keuangan. mayoritas masyarakat memahami bank sebagai tempat meminjam dan menyimpan uang, sehingga masyarakat berbondong-bondong menyimpan dananya pada lembaga perbankan. Namun, yang perlu diketahui oleh masyarakat bahwa saat ini menabung tidak hanya dapat dilakukan di lembaga perbankan saja, tetapi juga dapat dilakukan di salah satu lembaga keuangan bukan bank yakni PT. Pegadaian (Persero), karena salah satu produknya memungkinkan masyarakat untuk menabung.

PT. Pegadaian (Persero) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah naungan Departemen Keuangan. Selama ini, masyarakat mengenal PT. Pegadaian (Persero) sebagai perusahaan jasa yang memberikan layanan kredit atau pembiayaan dengan menggunakan sistem gadai. Namun, seiring berjalannya waktu dan terlebih untuk menghadapi tantangan eksternal dan internal yang semakin kompleks, PT. Pegadaian (Persero) terus berinovasi akan produk-produknya tidak hanya dalam lingkup gadai saja, tetapi juga melayani jasa layanan keuangan non gadai, investasi bahkan kerjasama. Saat ini, PT. Pegadaian (Persero) hadir di tengah-tengah masyarakat dengan menawarkan produk-produk terbaiknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang ini. Salah satu produk hasil inovasi dari PT. Pegadaian (Persero) adalah tabungan emas yang diluncurkan secara resmi di seluruh outlet PT. Pegadaian diseluruh Indonesia sejak Juli 2015 lalu (Pepah *et al.*, 2023).

Tabungan emas adalah salah satu produk tabungan yang tergolong baru bagi masyarakat di Indonesia. Walaupun cara menabung pada produk ini tidak jauh berbeda dengan produk tabungan pada umumnya, akan tetapi perbedaannya terletak pada uang yang disetorkan pada saat menabung yang langsung dikonversikan ke dalam bentuk logam mulia, kemudian akad yang digunakan adalah jual beli dengan fasilitas titipan. Produk ini disediakan oleh PT. Pegadaian (Persero) dalam rangka memfasilitasi masyarakat dalam mengalokasikan sebagian pendapatannya dalam bentuk investasi yang mudah dan aman (Indriyani *et al.*, 2023).

Tabungan Emas dapat dijadikan sebagai salah satu alternatif investasi bagi masyarakat yang ingin memiliki emas dengan cara menabung dan harga terjangkau. Tabungan emas memberikan banyak keuntungan, selain karena emas yang nasabah tabung dapat tersimpan dengan aman, nilai emas yang ditabung tidak turun bahkan setiap tahunnya mengalami kenaikan, sehingga emas dianggap sebagai investasi jangka panjang yang menjanjikan. Pada saat uang kertas kehilangan nilainya, emas justru semakin berharga sehingga keuntungan yang diperoleh dari investasi emas bersifat jangka panjang (Hajra dan Mustamin, 2022).

Terdapat banyak keunggulan dari produk tabungan emas yang diluncurkan PT. Pegadaian (Persero) sehingga sangat cocok dijadikan alat dalam investasi untuk memperoleh keuntungan jangka panjang. Pertama adalah mudah, karena pembelian emas minimal 0,01 gram dengan harga menyesuaikan harga emas pada saat pembelian. Kedua, biaya administrasi dan biaya pengelolaan rekening ringan. Dan ketiga, aman, karena terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan tahan terhadap inflasi. Namun penulis melihat masih banyak masyarakat baik di tingkatan mahasiswa sampai pekerja yang belum mengetahui tentang produk tabungan emas dari PT. Pegadaian (Persero) ini (Resky, 2025).

Produk Tabungan Emas yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian (Persero) sangat cocok bagi semua kalangan masyarakat untuk berinvestasi, sehingga diminati masyarakat Indonesia semenjak peluncurannya pada tahun 2015. Meningkatnya minat masyarakat tersebut tentunya berkaitan dengan berbagai alasan sehingga mendorong mereka mengambil keputusan membeli atau menggunakan produk dan layanan Tabungan Emas. Dalam hal ini, salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih tabungan emas pada PT. Pegadaian (Persero) adalah faktor psikologis konsumen, yaitu motivasi. Menurut Mohtar (2019), motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang untuk berperilaku dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan, baik berasal dari dalam diri maupun dari luar.

Motivasi merupakan alasan penting yang dapat mendorong setiap individu untuk bertindak melakukan aktifitas-aktifitas tertentu demi mencapai suatu tujuan. Dorongan ini bisa muncul secara sadar atau tidak disadari, didasarkan pada kebutuhan, hasrat, minat, harapan, dan cita-cita seseorang. Ketika dorongan itu semakin meningkat maka urgensi respon yang dirasakan akan semakin besar. Menurut Sofjan Assauri (2019), berbagai pertimbangan dan pengaruh yang mendorong orang untuk melakukan pembelian akan suatu produk disebut motif pembelian. Motif pembelian dibedakan atas motif pembelian terhadap produk dan motif pembelian terhadap tempat atau penyalur.

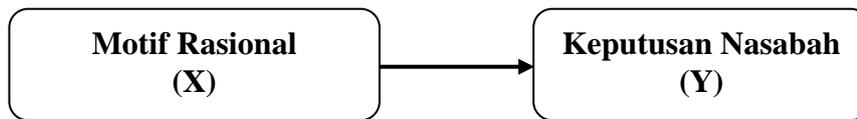
Pada dasarnya kedua motif pembelian tersebut dapat dibedakan atas pengaruh atau pertimbangan apakah pembelian itu bersifat rasional atau emosional. Motif pembelian yang bersifat rasional umumnya adalah motif fungsional dan objektif, sedangkan motif pembelian yang bersifat emosional adalah motif sosial psikologis dan subjektif, seperti karena perasaan, kebanggaan, status, harga diri, dan sebagainya. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Wardhana, 2023), motif rasional adalah motif yang muncul ketika konsumen secara teliti mempertimbangkan semua alternatif dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan yang terbesar kepada mereka. Dalam hal ini para konsumen memilih sasaran didasarkan pada kriteria yang obyektif, misalnya karena barang tersebut lebih murah, tahan lama, bermutu baik, dan dapat dipercaya.

Hadirnya produk tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar ini dalam rangka memfasilitasi masyarakat dalam mengalokasikan sebagian pendapatannya dalam bentuk investasi yang mudah dan aman. Masyarakat yang ingin berinvestasi emas dapat dengan mudah membeli emas dengan cara yang mudah dan modal seminimal mungkin sehingga diharapkan mampu meningkatkan dan memperbaiki perekonomian masyarakat. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan kajian empirik untuk memahami perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen memilih produk tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar. Peneliti ingin mengetahui apakah ada keterkaitan antara motif rasional dengan keputusan mereka memilih produk tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar. Pada penelitian ini, penulis mengangkat judul tentang **Motif Rasional Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas Di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar.**

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Darmanah (2019) merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala, pada penelitian ini minimal terdapat dua variabel yang dihubungkan. Metode asosiatif digunakan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara motif rasional (X) dengan keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y). Hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini digambarkan dalam kerangka konseptual yang disajikan pada gambar berikut ini.



**Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian**

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif menurut Sugiyono (2019) adalah data yang berupa angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data jawaban responden yang diangkakan (*scoring*) dalam menanggapi kuesioner yang diberikan terkait permasalahan yang diteliti.

Data pada penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Kuncoro (2018), data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer secara langsung melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden penelitian, yaitu nasabah produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar.

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Yusuf (2018), mengatakan populasi adalah seluruh subjek di dalam wilayah penelitian dijadikan subjek penelitian. Berdasarkan pandangan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar yang berjumlah 200 orang.

Sedangkan sampel menurut Arikunto (2019) adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya. Tetapi jika subjeknya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil sebagian dari anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Melihat jumlah nasabah produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar lebih dari 100 orang, maka teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = *Margin of error* 10% (0.10).

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{200}{1 + 200 (0,1)^2} \\&= \frac{200}{1 + 200 (0,01)} \\&= \frac{200}{1 + 2,00} \\&= \frac{112}{3,00} \\&= \mathbf{66,6 \text{ (dibulatkan 67)}}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada peneliti ini adalah sebanyak 67 orang. Pemilihan sampel ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Dengan menggunakan metode ini, maka seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden penelitian (Sugiyono, 2019).

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Menurut Riduwan (2019), kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna. Angket yang digunakan pada penelitian ini adalah angket tertutup, yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda checklist (√). Pada masing-masing jawaban responden dalam kuesioner diberikan kode sekaligus skor guna menentukan dan mengetahui frekuensi kecenderungan responden terhadap masing-masing pertanyaan yang diukur dengan angka. Penentuan skor/nilai disusun berdasarkan *skala likert* yang merupakan skor pendapat responden hasil penjumlahan dari nilai skala yang diberikan pada tiap jawaban pada kuesioner. Dalam penelitian ini, *skala likert* terdiri dari lima alternatif jawaban yang mengandung variasi nilai untuk mengukur sikap dan pendapat responden, yaitu 5 = SS (sangat setuju), 4 = S (setuju), 3 = KS (kurang setuju), 2 = TS (tidak setuju), dan 1 = STS (sangat tidak setuju).

### Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas pada penelitian ini adalah motif rasional (X), sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan nasabah memilih produk tabungan

emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y). determinan ( $R^2$ ). Selain itu, dilakukan pula pengujian hipotesis parsial (uji t), dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ). Dalam penelitian ini, data-data diolah dengan menggunakan software pengolahan data statistik *Statistical Package for The Social Science (SPSS)* (Priyatno, 2018).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Teknik analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh motif rasional (X) terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y).

Hasil analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan dengan bantuan software SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.525	3.719		3.368	.001
Motif Rasional	.479	.127	.899	3.766	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Output SPSS (data diolah), 2025.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana yang disajikan dalam tabel diatas, maka dapat disajikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

$$\text{Keputusan Nasabah} = 12.525 + 0.479 (\text{Motif Rasional}) + e$$

Persamaan regresi linear sederhana diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai constanta (a) adalah sebesar 12.525 yang merupakan angka konstan. Hal ini mengandung arti bahwa apabila nilai variabel motif rasional (X) tidak mengalami perubahan atau bernilai konstan (0), maka nilai variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y) adalah konstan sebesar 12.525.
- Nilai  $\beta$  koefisien regresi variabel motif rasional (X) adalah sebesar 0.479 dan bernilai positif. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (berbanding lurus). Hal ini mengandung arti bahwa apabila nilai variabel motif rasional (X) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y) juga akan meningkat sebesar 0.479. Namun sebaliknya, apabila nilai variabel motif rasional (X) mengalami penurunan sebesar satu satuan, maka nilai variabel keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di

PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y) juga akan menurun sebesar 0.479. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa motif rasional berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar.

## 2. Uji Hipotesis Parsial (Uji-t)

Uji statistik t atau uji parsial menunjukkan seberapa besaran pengaruh variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada uji statistik t, nilai  $t_{hitung}$  akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% (0.05). Variabel independen dikatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai probabilitas (signifikansi) hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 ( $sig. < 0.05$ ).

Uji hipotesis parsial (uji t) pada penelitian ini digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh motif rasional (X) terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y). Hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Parsial (Uji-t)**

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.525	3.719		3.368	.001
	Motif Rasional	.479	.127	.899	3.766	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Output SPSS (data diolah), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis parsial (uji t) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai  $t_{hitung}$  adalah sebesar 3.766 dan nilai  $t_{tabel}$  pada derajat kebebasan ( $df = n - k = 67 - 2 = 65$ ) dan  $\alpha = 5\%$  (0.05) adalah sebesar 1.997, sehingga nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada nilai  $t_{tabel}$  ( $3.766 > 1.997$ ). Sedangkan nilai probabilitas hasil perhitungan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa motif rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar.

## 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Apabila nilai  $R^2$  semakin kecil mendekati nol, berarti semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Sebaliknya, apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati 1 atau 100%, berarti semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan dalam model memberikan hampir semua informasi yang diperlukan.

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh motif rasional (X) terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar (Y). Hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
*Model Summary<sup>b</sup>*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 <sup>a</sup>	.808	.805	.878
a. Predictors: (Constant), Motif Rasional				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Sumber: Output SPSS (data diolah), 2025.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diindikasikan oleh nilai *R-Square* adalah sebesar 0.808. Hal ini berarti bahwa kemampuan motif rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar adalah sebesar 80,8%, sedangkan sisanya sebesar 19.2% dipengaruhi faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti keyakinan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu nasabah (Hamdani, 2022).

### Pembahasan

PT. Pegadaian (Persero) merupakan lembaga perkreditan yang tugas pokoknya adalah memberikan pinjaman uang kepada masyarakat dengan menggunakan sistem gadai. Dalam perkembangannya, PT. Pegadaian (Persero) terus berinovasi akan produk-produknya tidak hanya dalam lingkup gadai saja, tetapi juga melayani jasa layanan keuangan non gadai, investasi bahkan kerjasama. Saat ini, PT. Pegadaian (Persero) hadir di tengah-tengah masyarakat dengan menawarkan produk-produk terbaiknya sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada masa sekarang ini. Salah satu produk hasil inovasi dari PT. Pegadaian (Persero) adalah tabungan emas yang diluncurkan secara resmi di seluruh outlet PT. Pegadaian diseluruh Indonesia sejak Juli 2015 lalu.

Tabungan emas adalah salah satu produk tabungan yang tergolong baru bagi masyarakat di Indonesia. Meskipun demikian, produk tabungan emas telah banyak diminati oleh masyarakat semenjak peluncurannya pada tahun 2015. Terdapat banyak keunggulan dari produk tabungan emas yang diluncurkan PT. Pegadaian (Persero) sehingga sangat cocok dijadikan alat dalam investasi untuk memperoleh keuntungan jangka panjang. Pertama adalah mudah, karena pembelian emas minimal 0,01 gram dengan harga menyesuaikan harga emas pada saat pembelian. Kedua, biaya administrasi dan biaya pengelolaan rekening ringan. Dan ketiga, aman dan tahan terhadap inflasi, karena terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selain karena emas yang nasabah tabung dapat tersimpan dengan aman, nilai emas yang ditabung tidak turun bahkan setiap tahunnya mengalami kenaikan. Pada saat uang kertas kehilangan nilainya, emas justru semakin berharga sehingga keuntungan yang diperoleh dari investasi emas bersifat jangka panjang

Meningkatnya minat masyarakat tersebut tentunya berkaitan dengan berbagai alasan sehingga mendorong mereka mengambil keputusan membeli atau menggunakan produk dan layanan Tabungan Emas. Dalam hal ini, salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih tabungan emas pada PT. Pegadaian (Persero) adalah faktor psikologis konsumen, yaitu motif rasional yang didasarkan pada mempertimbangkan yang matang atas berbagai kriteria yang bersifat obyektif. Oleh karena itu, pada peneliti dilakukan kajian empirik untuk membuktikan apakah ada keterkaitan antara motif rasional dengan keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas di PT Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa motif rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar. Hasil positif menunjukkan hubungan yang searah yang berarti bahwa semakin objektif mempertimbangan nasabah atas suatu produk tabungan, maka keputusan mereka dalam memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar akan semakin meningkat. Namun sebaliknya, ketidaktelitian nasabah dalam mempertimbangkan suatu produk tabungan, maka keputusan mereka dalam memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar akan semakin menurun.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih tabungan emas pada PT. Pegadaian (Persero) adalah motif rasional. Produk tabungan emas yang dikeluarkan oleh PT. Pegadaian (Persero) banyak diminati oleh masyarakat karena dinilai sangat cocok bagi semua kalangan masyarakat untuk berinvestasi dengan mudah, aman dan dapat memberikan keuntungan jangka panjang. Beberapa keuntungan dari memilih tabungan emas, diantaranya selain karena emas yang nasabah tabung dapat tersimpan dengan aman, nilai emas yang ditabung tidak turun bahkan setiap tahunnya mengalami kenaikan, sehingga emas dianggap sebagai investasi jangka panjang yang menjanjikan. Pada saat uang kertas kehilangan nilainya, emas justru semakin berharga sehingga keuntungan yang diperoleh dari investasi emas bersifat jangka panjang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farokha dan Rivai (2022) yang menyatakan bahwa motif rasional nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero). Meningkatnya minat nasabah dalam mengambil keputusan memilih untuk menggunakan produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero) karena didorong oleh persepsi mereka yang baik terhadap manfaat dan kelebihan, kemudahan, serta keamanan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian (Persero) pada produk tabungan emas. Aspek-aspek tersebut memberikan dasar pertimbangan rasional nasabah dalam memilih produk tabungan emas sehingga mendorong peningkatan minat mereka dalam mengambil keputusan menggunakan produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero).

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Motif rasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar.
2. Kemampuan motif rasional dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk tabungan emas di PT. Pegadaian (Persero), Tbk. Cabang Sumbawa Besar adalah sebesar 80,8%, sedangkan sisanya sebesar 19,2% dipengaruhi faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti keyakinan nasabah terhadap produk yang bersangkutan, keyakinan terhadap referen serta pengalaman masa lalu nasabah.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan beberapa hal untuk meningkatkan kualitas SDM di sekolah, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi PT. Pegadaian (Persero)

Mengingat produk tabungan emas ini masih tergolong baru sehingga belum banyak dikenal oleh masyarakat, maka beberapa upaya yang harus dilakukan oleh pihak PT. Pegadaian (Persero) Cabang Sumbawa Besar dalam rangka meningkatkan minat masyarakat dalam mengambil keputusan memilih produk tabungan emas, diantaranya lebih masif melakukan sosialisasi baik dalam skala primer maupun sekunder, mengembangkan fitur aplikasi digital untuk memudahkan para nasabah dalam bertransaksi kapan pun dan di mana pun, melakukan pendekatan baik secara rasional maupun emosional kepada nasabah dan calon nasabah, meningkatkan dan mempertahankan profesionalitas maupun efektifitas kinerja karyawannya.

2. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada masyarakat tentang Tabungan Emas dan keuntungan yang akan didapatkan oleh nasabah. Dengan demikian, diharapkan masyarakat dapat menentukan keputusan yang baik dan tepat yang didorong oleh motif rasional dalam memilih suatu produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya sehingga dapat membantu mengelola keuangannya agar tidak mengalami kesulitan dan terhindar dari masalah keuangan di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., Prasaja, M.G., & Utomo, A.S. (2023). Peran Sikap Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Karyawan Perumda Air Minum Tirta Gemilang Kabupaten Magelang. *Volatilitas Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(6): 395-408.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Farokha, S., & Rivai, A.R. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan Terhadap Niat Menabung Pada Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(3): 1323-1341.
- Hajra, & Mustamin, S.W. (2022). Analisis Ekonomi Islam Terhadap Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah (Studi Pegadaian Syariah Kabupaten Gowa). *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1): 1-16.
- Hamdani. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Bireuen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(2): 167-181.
- Hermawan, E., & Vikaliana, R. (2022). The Relationship of Socio-Economic Status to Emotional and Consumptive Behavior. *Asian Journal of Management, Entrepreneurship and Social Science*, 3(1): 214-226.
- Indriyani, R., Tamba, D., Jantianus, & Hartika, L. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) UPC Bajak. *POLIMEDIA*, 26(4): 54-62.

- Mohtar, I. (2019). *Hubungan Antara Motivasi Kerja Dan Pengalaman Kerja Dengan Kinerja Guru Madrasah*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Nggorong, Z.R., Bewa, M.M.I., Hoar, M.Y., Fallo, A., & Goetha, S. (2021). Sosialisasi Gerakan Gemar Menabung Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Gervasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(2): 684-693.
- Pepah, S.J., Worang, F., & Ogi, I. (2023). Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Produk Tabungan Emas Pada PT.Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA*, 11(3): 176-185.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: ANDI.
- Resky, R.U.N. (2024). Analisis Kemudahan Nasabah Dalam Penggunaan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) di PT. Pegadaian Syariah Turatea. *Edukasiana Islam*, 2(2): 71-84.
- Riduwan. (2019). *Dasar-Dasar Statistika (Cet.15)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2): 179-190.
- Wardhana, O.W. (2023). Subculture Career As An Alternative To Japanophilia Or Weeaboo (WIBU) Yogyakarta Otsuru Community. *Commsphere: Jurnal Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 1(1): 34-41.
- Yusuf, A.M. (2019). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media Kencana.