

**PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
MENGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH KUALA SIMPANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**RISKA NUANDA**

**NIM. 4012015187**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA  
TAHUN 2020**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH KUALA SIMPANG”**. an. Riska Nuanda, NIM 4012015187 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 02 September 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 02 September 2020

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi  
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Dr. Zulkarnaini, MA  
NIP. 19670511 199002 1 001

Penguji II



Dr. Safwan Kamal, MEI  
NIDN. 2018059002

Penguji III



Dr. Iskandar Budiman, M.CL  
NIP. 19650616 199503 1 002

Penguji IV



Siti Muallimah, M.E  
NIDN. -

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, M.CL  
NIP. 19650616 199503 1 002

## PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
MENGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH KUALA SIMPANG**

Oleh:

Riska Nuanda

NIM. 4012015187

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah

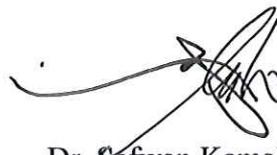
Langsa, 19 Juli 2020

Pembimbing I



Dr. Zulkarnaini, MA  
NIP. 196705111990021001

Pembimbing II



Dr. Safwan Kamal, MEI  
NIDN. 2018059002

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Early Ridho Kismawadi, MA  
NIDN. 2011118901

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RISKANUANDA

NIM : 4012015187

Tempat/tgl. Lahir : Pahlawan, 18 Agustus 1997

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Desa Pahlawan Kec. Manyak Payed Kab. Aceh Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN KUALA SIMPANG”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya jadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Pahlawan, 22 Juli 2020

Yang membuat pernyataan



**Riska Nuanda**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang. Dalam penelitian ini, sampel yang di ambil sebanyak 99 responden. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis ujiasumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil secara parsial (Uji t) faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota terdiri dari pelayanan ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan promosi ( $X_2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang. Kemudian hasil uji *R-Square* sebesar 0,485 artinya sebesar 48,5% keputusan nasabah dapat dijelaskan oleh pengaruh pelayanan dan promosi sedangkan sisanya sebesar 51,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pelayanan, Promosi, Keputusan Nasabah, dan Pegadaian Syariah Kuala Simpang

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang”** dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam tidak lupa penulis panjatkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. Semoga kita termasuk golongan umatnya dan mendapatkan syafaatnya di *yaumul kiyamah*. Amin.....

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis sangat berterimakasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materil maupun spiritual sehingga pembuatan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu perkenankan penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Iskandar dan Ibu Sukasih sebagai orang tua tercinta yang selama ini terus memberikan dukungan kepada ananda sehingga karya sederhana ini terselesaikan dengan baik.
2. Saudari Siti A'tri Handayani sebagai tunangan yang sangat mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Dr Early Ridho Kismawadi, MA selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Bapak Dr. Zulkarnaini, MA selaku pembimbing I dan Bapak Dr Safwan Kamal, MEI selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga skripsi ini terselesaikan.
6. Bapak Dr Safwan Kamal, MEI selaku Penasehat Akademik (PA) dan seluruh Dosen di PBS selama masa pendidikan.
7. Segenap Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan administratif bagi penyusun selama masa perkuliahan.
8. Semua pihak terkait yang telah memberikan bantuan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari banyak sekali terdapat kekurangan dalam skripsi ini, namun demikian peneliti berharap hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembacanya.

Langsa, 22 Juli 2020

Peneliti

Riska Nuanda

4012015187

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Batasan Penelitian .....	7
1.4. Rumusan Masalah .....	7
1.5. Penjelasan Istilah.....	8
1.6. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
1.7. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS.....</b>	<b>11</b>
2.1. Teori Pegadaian.....	11
2.1.1. Pegadaian Syariah .....	13
2.2. Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah .....	14
2.2.1. Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.....	16
2.2.2. Faktor – faktor yang Mendasari Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.....	17
2.3. Pelayanan .....	18
2.3.1. Pentingnya Pelayanan .....	19
2.3.2. Tujuan Pelayanan .....	20
2.3.3. Faktor –faktor yang mempengaruhi Pelayanan.....	21
2.3.4. Dimensi – dimensi Pelayanan .....	22
2.4. Promosi .....	23
2.3.1. Jenis – jenis Sarana Promosi .....	24
2.5. Kajian Hasil Penelitian Sebelumnya .....	27
2.6. Kerangka Teoritis.....	32
2.7. Hipotesa.....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Pendekatan Penelitian .....	34

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	34
3.3. Populasi dan Sampel .....	44
3.4. Data Penelitian .....	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Defenisi Operasional.....	41
3.7. Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB IV TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
4.1. Profil Lembaga.....	48
4.2. Deskripsi Data Penelitian.....	67
4.3. Uji Persyaratan Analisis.....	71
4.3.1. Uji Validitas .....	71
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	73
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.1. Uji Normalitas.....	74
4.4.2. Uji Multikolinearitas .....	75
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.4.4. Uji Autokorelasi .....	78
4.5. Analisis Regresi Berganda .....	79
4.5.1. Uji t.....	81
4.5.2. Uji F .....	82
4.5.3. Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ).....	83
4.6. Pembahasan.....	84
4.6.1. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Sim pang.....	84
4.6.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Sim pang.....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
5.1. Kesimpulan .....	90
5.2. Saran.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi Pertumbuhan Dan Pencapaian Target Jumlah Nasabah Kuala Simpang Transaksi Tahun 2017 – Tahun 2019 .....	22
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban.....	37
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	68
Tabel 4.2 Umur Responden.....	69
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	70
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden .....	71
Tabel 4.5 Tabel Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi .....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda .....	79
Tabel 4.12 Hasil Uji t.....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema KerangkaTeoritis .....	32
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Angket .....	I
2. Deskripsi Responden .....	IV
3. Tabulasi Data Kuesioner .....	VIII
4. Hasil Pengujian Instrument .....	XI
5. Uji Asumsi Klasik .....	XIX
6. Analisis Regresi Berganda .....	XXI
7. Uji Hipotesis.....	XXII
8. Dokumentasi Penelitian .....	XX111

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Persaingan dalam industri jasa gadai yang cukup banyak dan mudah dapat ditemui oleh nasabah di beberapa tempat dan berpotensi mengurangi penjualan produk perusahaan dalam industri. Karena semakin ketatnya persaingan, perusahaan dituntut untuk selalu memberikan layanan dan produk terbaik dan termudah yang dibutuhkan nasabah agar perusahaan tetap mempertahankan pangsa pasar dalam industri gadai.

PT Pegadaian adalah perusahaan BUMN ( Badan Usaha Milik Negara ) yang usaha intinya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas hukum gadai. Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia juga berpengaruh pada perkembangan bisnis PT Pegadaian. Oleh karena itu PT pegadaian juga mengeluarkan produk berbasis syariah yang disebut dengan pegadaian syariah.<sup>1</sup>

Pegadaian Syariah adalah salah satu lembaga keuangan bukan bank di Indonesia yang dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pegadaian syariah mengalokasikan dana kepada masyarakat dengan cara pembiayaan. Landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah adalah PP Nomor 103 Tanggal 10 Nopember 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn. Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga keuangan seperti Bank Syariah,

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT Raja Grafindon Persada, 2007), h. 38.

Asuransi Syariah, dan lain-lain. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.<sup>2</sup>

Produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah ini memiliki karakteristik seperti, tidak menuntut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari Pegadaian Syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan Pegadaian Syariah.

Survei penulis pada Pegadaian Syariah Kuala Simpang ditemukan bahwa seharusnya tahun ke tahun mengalami peningkatan, tetapi pada fenomena dilapangan terjadi penurunan jumlah nasabah Pegadaian Syariah pada tahun 2018. Hal ini dibuktikan dengan melihat jumlah nasabah Pegadaian Syariah pada tiga tahun terakhir, terlihat bahwa produk gadai (rahn) mengalami peningkatan dan penurunan. Data tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Realisasi Pertumbuhan dan Pencapaian Target Jumlah Nasabah Pegadaian**  
**Syariah Kuala Simpang**  
**Transaksi Tahun 2017 – Tahun 2019**

Produk	2017	2018	2019
Gadai (rahn)	10.193	9.983	12.050

Sumber Data : Perum Pegadaian

---

<sup>2</sup> Siti Hadijah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar*, Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi, Vol. 5 No.1. 2015.

Kesimpulan dari tabel diatas adalah jumlah nasabah pada tahun 2018 mengalami penurunan. Mungkin itu bisa terjadi karena adanya beberapa faktor seperti kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak Pegadaian Syariah, kemudian pelayanan karyawan kepada nasabah dalam pencairan pinjaman yang dilaksanakan. Dengan demikian hal ini tentu saja menjadi sangat penting untuk dipelajari karena nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang mengalami penurunan drastis pada tahun 2018 dan juga bertambah nya nasabah sangat sedikit. Dengan cara memahami hal-hal yang menimbulkan masyarakat untuk menjadi nasabah pembiayaan gadai Pegadaian Syariah Kuala Simpang akan terus berjalan dengan baik dalam menjalankan usaha jasa di bidang pembiayaan gadai.

Secara teoritis dalam memilih lembaga pemberi kredit, nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan layanan jasa pegadaian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan jasa yakni kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam Hadijah, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Dalam mengukur kualitas pelayanan sebagai dasar pengukuran konsumen dalam menggunakan jasa yaitu bukti/tampilan fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*).<sup>3</sup>

Menurut Sari dan Sudarjat secara umum faktor penyebab rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa pegadaian ini, diduga salah satunya karena faktor minimnya promosi yang dilakukan pihak manajemen perusahaan dalam

---

<sup>3</sup> *Ibid*

memperkenalkan produk-produk yang dimaksud. Perkembangan pegadaian syariah dapat tumbuh dengan cepat jika proses sosialisasi berjalan dengan baik kepada masyarakat luas. Jika pegadaian syariah belum tersosialisasi dengan baik, maka dikhawatirkan akan menjadi kontra produktif terhadap hasil yang diharapkan. Pada prinsipnya, untuk memasarkan suatu produk, khususnya produk pegadaian syariah, pihak pegadaian harus melakukan sosialisasi kepada masyarakat, karena pengetahuan tentang pegadaian syariah sangat diperlukan masyarakat sebagai bahan pertimbangan memilih pegadaian syariah.<sup>4</sup>

Menurut Madura dalam Kinasih dan Suhermin keberadaan suatu produk akan diketahui oleh konsumen apabila ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang lain yaitu kegiatan promosi. Promosi sebagai tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu. Melalui kegiatan promosi diharapkan suatu produk mendapat tempat dibenak konsumen. Pemilihan media promosi yang tepat untuk memperkenalkan produk kepada konsumen dapat membentuk suatu persepsi yang kuat bagi konsumen. Sehingga perusahaan dapat mempertahankan konsumen lama dan mendapat konsumen baru yang lebih banyak.<sup>5</sup>

Dalam fenomena promosi yang terjadi, Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang, memiliki kelemahan karena tidak ada bagian pemasaran tersendiri sehingga kegiatan pemasaran bisa dikatakan belum berjalan dengan maksimal. Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang hanya

---

<sup>4</sup> Sari dan Sudardjat, *Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1 No. 2. 2013.

<sup>5</sup> Kinasih dan Suhermin, *Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari Departemen Store Royal Plasa Surabaya)*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4 No.2. 2015.

iklan di radio tetapi jarang sekali. Kemudian juga kegiatan promosi dilakukan dengan cara melakukan kegiatan penjualan produk secara personal dan hubungan masyarakat saja, belum semua aspek promosi dilaksanakan. Selain itu promosi yang dilakukan juga dengan mengadakan lelang perhiasan, penyebaran brosur yang belum optimal.

Salah satu cara iklan atau promosi yang dilakukan adalah lewat media Radio. Padahal saat ini, tidak semua orang menggunakan radio, sehingga sangat kurang optimal jika promosi dilakukan lewat media radio. Sebenarnya Pegadaian Syariah juga sudah memiliki aplikasi *Sahabat Pegadaian* yang bisa bermanfaat untuk para nasabah yang ingin mengetahui produk Gadai (Rahn) atau bahkan produk lain dari Pegadaian Syariah. Dengan aplikasi itu juga nasabah bisa mendapatkan fasilitas atau mendapatkan reward dengan mengumpulkan point karena telah mengajak beberapa nasabah untuk menggunakan produk di Pegadaian Syariah. Tetapi ternyata dalam pelaksanaannya juga belum optimal karena yang mengetahui hanya sangat sedikit dari pihak nasabah. Bahkan kebanyakan nasabah yang sudah menjadi pelanggan terkadang juga malah terkejut dan baru mengetahuinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Herry Widagdo menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.<sup>6</sup> Penelitian Lindang Rista Sari juga mengatakan bahwa

---

<sup>6</sup> Herry Widagdo, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol.1 No.1 September 2011.

variabel promosi mempengaruhi keputusan terhadap pembelian suatu produk.<sup>7</sup> Namun pada hasil yang dilakukan oleh Muladi Wibowo menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.<sup>8</sup> Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Musliana Ratnasari juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan memilih suatu produk.<sup>9</sup> Hasil penelitian tentang variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tidak selalu sama, sehingga peneliti tertarik apakah variabel tersebut mempengaruhi atau tidak keputusan memilih produk pada penelitian kali ini. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel keuntungan, yang dimana maksud dari keuntungan yaitu keuntungan yang didapatkan nasabah menggunakan jasa usaha gadai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendasari para nasabah memilih menggunakan jasa pegadaian syariah. Hal yang menarik adalah dimana pegadaian syariah mengalami pertumbuhan bisnis yang tinggi, bahkan lebih tinggi dari jasa gadai yang terdapat pada bank syariah dan bank konvensional, padahal terdapat lebih banyak outlet bank syariah dan bank konvensional dibandingkan outlet pegadaian syariah sendiri masih sedikit. Dengan meneliti faktor yang mendasari nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah maka pegadaian syariah akan

---

<sup>7</sup> Lindang Rista Sari, Silvy L. Mandey dan Agus Supandi Soegoto, *Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara*. Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Universitas Sam Ratulangi Manado, h. 1222-1232.

<sup>8</sup> Muladi Wibowo, *Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syaria`ah*, Jurnal Dinamika Manajemen, Vol.1 No.1, 2010, h.34-40.

<sup>9</sup> Musliana Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*, Skripsi (2016), Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

mengetahui bagaimana mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perilaku konsumen ada. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih terjadi naik turun jumlah nasabah dalam mengambil keputusan jasa gadai pada Pegadaian Syariah.
2. Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah Kuala Simpang kurang optimal dan maksimal. Dikarenakan cara promosi dan penyampaian sedikit kurang inovatif di zaman serba online saat ini.

## **1.3. Pembatasan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah maka diperlukan pembatasan masalah agar dapat lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang ada. Penelitian ini hanya dibatasi pada pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah mengambil jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

## **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut?

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang?

2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Sim pang?
3. Apakah secara bersama–sama pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Sim pang?

### 1.5. Penjelasan Istilah

#### 1. Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah adalah suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi dan memiliki izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai yang berlandaskan pada prinsip-prinsip keislaman.<sup>10</sup>

#### 2. Keputusan

Keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan.<sup>11</sup>

#### 3. Pelayanan

Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Hadi dan Muhammad Sholikul, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2008), h. 17.

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Terjemahan: Benyamin Molan)*, Jilid 1 Edisi Ke-12, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Media, 2007), h. 212.

<sup>12</sup> *Ibid*, h.41.

#### 4. Promosi

Promosi adalah sebagai kegiatan yang bertujuan untuk mendorong permintaan konsumen atas produk yang ditawarkan produsen atau penjual.<sup>13</sup>

### 1.6. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

#### 1. Tujuan Penelitian

- a. Menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.
- b. Menjelaskan pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.
- c. Menjelaskan pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan sosialisasi tentang pelayanan pegadaian syariah serta promosi pegadaian syariah.
- b. Bagi IAIN Langsa, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

---

<sup>13</sup> Sangadji, Etta Mamang & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), h. 18.

- c. Bagi penulis, Penelitian ini diharapkan dapat mengkaji lebih mendalam mengenai Pelayanan dan Promosi serta pengaruhnya terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah. Serta Untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana dengan menempuh ujian akhir Perbankan Syariah S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.

### **1.7. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan ini akan disajikan dalam bentuk sistematika pembahasan sedemikian rupa yang diharapkan dapat memudahkan dan mampu mengungkap persoalan tentang Pengaruh Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang. Sebagaimana gambaran isi skripsi ini maka penyusun kemukakan sistematika sebagai berikut:

#### **Bab I : Pendahuluan**

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

#### **Bab II : Kajian Teoritis**

Bab ini membahas tentang kajian teoritis, penelitian terdahulu, kerangka teoritis dan hipotesa.

#### **Bab III: Metode Penelitian**

Bab ini terdiri dari pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

#### Bab IV: Temuan Penelitian

Bab ini berisi tentang gambaran umum Pegadaian Syariah Cabang Kuala Sim pang, karakteristik responden, hasil analisis dari pengolahan data, hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dan pembahasan.

#### Bab V : Penutup

Bab ini memaparkan kesimpulan,dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIS

#### 2.1. Teori Pegadaian

Pengertian gadai menurut Susilo dalam Meylinda dan Ilyda adalah suatu hak yang diperoleh oleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh seorang yang mempunyai utang atau oleh orang lain atas nama orang yang mempunyai utang. Seorang yang berutang tersebut memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang untuk menggunakan barang bergerak yang telah diserahkan untuk melunasi utang apabila pihak yang berutang tidak dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo.<sup>14</sup>

Sedangkan Gadai menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek) Buku II Bab XX Pasal 1150, adalah suatu hak yang diperoleh seseorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berhutang atau oleh orang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari pada orang-orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya-biaya mana yang harus didahulukan.<sup>15</sup>

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh oleh orang yang berpiutang atas suatu barang bergerak yang diserahkan

---

<sup>14</sup> Meilinda Sari dan Ilyda Sudardjat, *Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan*, Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 No.2 Januari 2013, h. 22.

<sup>15</sup> Randi Saputra dan Kasyful Mahalli, *Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah Di Kota Medan*, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Jurnal Ekonomi dan keuangan Vol.2 No.4.

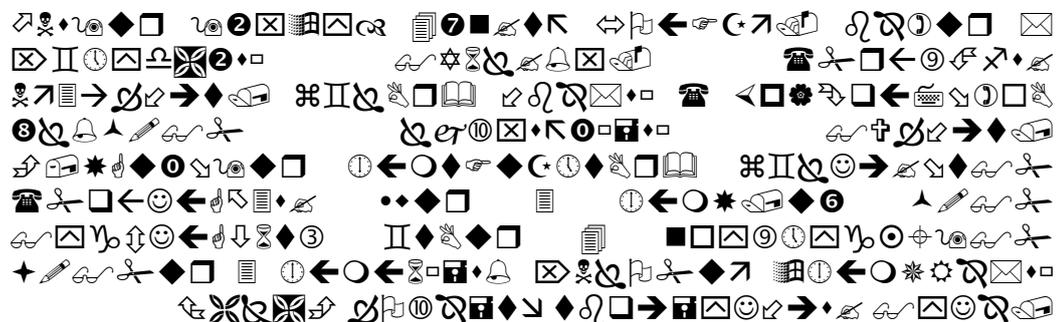
oleh orang yang berutang sebagai jaminan utangnya dan barang tersebut dapat dijual (dilelang) oleh yang berpiutang bila yang berutang tidak dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

**2.1.1. Pegadaian Syariah**

Gadai dalam perspektif Islam disebut dengan istilah ar-rahn, Kata ar-rahn secara etimologi berarti tetap, berlangsung dan menahan. maka dari segi bahasa ar-rahn bisa diartikan sebagai menahan sesuatu dengan tetap. Ar-rahn yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima.<sup>16</sup>

Pengertian ini didasarkan pada praktek bahwa apabila seseorang ingin berhutang kepada orang lain, ia menjadikan barang miliknya baik berupa barang bergerak ataupun barang tak bergerak berada dibawah penguasaan pemberi pinjaman sampai penerima pinjaman melunasi hutangnya.

Landasan konsep pegadaian syari'ah juga mengacu kepada syari'at Islam yang bersumber dari Al Quran dan Hadist Nabi SAW. Adapun dasar hukum yang dipakai adalah Surat Al-Baqarah Ayat 283:



<sup>16</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 128.

Artinya : “Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya. Dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa yang menyembunyikannya, Sungguh hatinya kotor (berdosa). Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S Al-Baqarah ayat 283).<sup>17</sup>

Dalam perkembangannya, pegadaian syari'ah adalah unit syari'ah dari perum pegadaian, suatu lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan usahanya dengan sistem gadai. lahirnya pegadaian syari'ah sebenarnya berawal dari fatwa MUI tanggal 16 desember 2003 mengenai Ijma ulama tentang keharaman riba yang di tetapkan pada keputusan fatwa MUI Nomer 1/2004 tentang riba. Fatwa ini memperkuat terbitnya PP 10/1990 yang menerangkan bahwa Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Jawatan (PERJAN) Pegadaian Menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian, misi yang diemban oleh pegadaian adalah untuk mencegah praktek riba, dan misi ini tidak berubah hingga diterbitkannya PP 10/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha perum pegadaian hingga sekarang.<sup>18</sup>

## **2.2. Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**

---

<sup>17</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemah*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2008), h. 32.

<sup>18</sup> Hermawan kartajaya dan Muhammad Syarir Sula, *Syari'ah Marketing*. (Bandung: PT. Mizan pustaka, 2006) , h. 203-204.

Menurut Muanas pengambilan keputusan adalah proses menilai dan memilih salah satu produk atau jasa yang dianggap paling sesuai dengan harapan konsumen dan paling menguntungkan diantara alternatif-alternatif lain yang tersedia.<sup>19</sup>

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Keputusan juga dapat diartikan untuk memutuskan suatu kesimpulan.

Menurut Kotler keputusan pembelian merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang tepat dan sesuai keinginan. Proses ini melalui beberapa tahap yang diawali dengan pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian dari berbagai alternative, membuat keputusan pembelian dan kemudian perilaku setelah membeli.<sup>20</sup>

Menurut Kasmir bahwa: “Nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank”.<sup>21</sup>

Sedangkan keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan yaitu keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak pada Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

---

<sup>19</sup> Arief Muanas, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Gerbang Media Aksara, 2014), h. 27.

<sup>20</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Terjemahan: Benyamin Molan)*, Jilid 1 Edisi Ke-12, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Media, 2007), h. 212.

<sup>21</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi 2008, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 94.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat dikatakan terdapat 2 unsur penting dalam keputusan pembelian yaitu 1) penyeleksian (penilaian dan pemilihan) dari berbagai alternative yang ada dan 2) pengambilan keputusan pembelian.

### **2.2.1. Pengambilan Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**

Berdasarkan Kotler dan Keller terdapat 5 tahap dalam proses keputusan pembelian seorang konsumen yaitu:

a. Pengenalan Masalah

Proses keputusan pembelian konsumen dimulai saat konsumen menyadari kebutuhan atau keinginan akan suatu produk yang harus dipenuhi. Konsumen merasakan perbedaan jika kebutuhan atau keinginan tersebut belum terpuaskan. Kebutuhan atau keinginan tersebut dapat muncul akibat faktor internal maupun eksternal.

b. Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang telah menyadari kebutuhan atau keinginannya akan suatu produk, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut, konsumen akan berusaha mencari informasi terkait dengan produk-produk yang sesuai.

c. Evaluasi Alternatif

Setelah mengumpulkan informasi, konsumen akan melakukan evaluasi atau penilaian terkait dengan produk-produk yang sejenis. Konsumen akan menilai dan membandingkan masing-masing keunggulan dan

keuntungan dari produk-produk tersebut. Konsumen akan menyeleksi produk mana yang dianggap tepat dan sesuai dengan harapan.

d. Keputusan Pembelian

Setelah menyeleksi dari sekian produk sejenis yang tersedia. Konsumen akan menemukan satu produk yang dianggap paling tepat dibanding produk yang lain dan memutuskan membelinya. Keputusan ini diambil setelah serangkaian penilaian terkait merk, kualitas, harga, lokasi pembelian, mekanisme pembayaran dan lain-lain.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan terkait produk yang dibeli tersebut. Jika merasa puas dengan produk tersebut maka akan dilakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Jika tidak puas konsumen ini dapat mempengaruhi orang lain untuk tidak membeli karena ketidakpuasan produk yang dirasakan. Inilah mengapa perilaku pasca pembelian memiliki peran penting bagi keberlangsungan pemasaran produk.<sup>22</sup>

### **2.2.2. Faktor – faktor Yang Mendasari Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**

Terdapat banyak faktor yang sebenarnya mendasari seorang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, namun dalam penelitian ini hanya

---

<sup>22</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* ..... h. 234.

digunakan faktor Pelayanan dan Promosi. Jadi akan dibahas tentang pengertian, indikator dan keterkaitan masing-masing faktor dengan keputusan pembelian konsumen berdasarkan teori yang ada maupun dari penelitian yang sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini.

### 2.3. Pelayanan

Menurut Rambat di dalam Sonny dan Muslimah pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat kesuksesan perusahaan jasa. *Service performance* (kualitas pelayanan) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Dengan semakin banyaknya pesaing maka akan semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk menjatuhkan pilihan.<sup>23</sup>

Menurut Siagian di dalam Julita, pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Sedangkan menurut Munir di dalam Julita pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang

---

<sup>23</sup> Sonny Koeswara dan Muslimah, *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 Linier Multiple*, dJurnal PASTI, Volume VIII NO 1, 1-13.

dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kebutuhan orang lain sesuai dengan haknya.<sup>24</sup>

Pelayanan menurut Philip Kotler yaitu kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.<sup>25</sup>

Jadi, berdasarkan ke dua pendapat di atas pelayanan adalah suatu usaha yang dilakukan oleh suatu organisasi sehingga terciptanya kepuasan yang optimal yang dirasakan oleh nasabah.

### **2.3.1. Pentingnya Pelayanan**

Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian kredit sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah. Apabila bank dapat memberikan Pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah, maka Pelayanan bank disebut baik. di mana hal ini akan menimbulkan perasaan senang pada diri nasabah dan akan mendorong nasabah untuk melakukan pengambilan kredit lagi. Sebaiknya jika bank tidak dapat memberikan Pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, berarti Pelayanan disebut jelek dan nasabah tidak akan tertarik lagi mengambil ulang. Pelayanan merupakan harapan bagi bank untuk memperoleh nasabah atau harapan nasabah. Harapan terhadap Pelayanan memberikan kerangka acuan terhadap penilaian yang diberikan bank. Penilaian diukur dengan: *desired service* (apa yang diinginkan nasabah bahwa Pelayanan itu harus ada) dan *adequete service* (tingkat minimum dari Pelayanan yang harus diterima oleh nasabah).

---

<sup>24</sup> Julita, *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 01, No.01, 2001, h. 43.

<sup>25</sup> PhilipKotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* ....., h. 41.

Pentingnya pelayanan yang harus dilakukan oleh pihak bank kepada nasabah pada saat penyajian kredit sesuai apa yang diharapkan oleh nasabah. Apabila bank memberikan Pelayanan sesuai diharapkan nasabah, maka Pelayanan bank disebut baik. Sebaiknya jika bank tidak dapat memberikan Pelayanan sesuai dengan yang diharapkan nasabah, berarti Pelayanan disebut jelek dan nasabah tidak akan tertarik lagi mengambil ulang.

### **2.3.2. Tujuan Pelayanan**

Samahalnya dengan suatu organisasi atau perusahaan mempunyai suatu tujuan tertentu, begitu juga pemberian pelayanan juga mempunyai tujuan umum menurut Sugiarto antara lain :

1) Tujuan bagi perusahaan

Bagi perusahaan pemberian pelayanan bertujuan untuk :

- a) Meningkatkan hasil.
- b) Menghindari perputaran tenaga kerja.
- c) Dapat meningkatkan semangat kerja kepada karyawan.
- d) Bisa memberikan motivasi dan kesetiaan karyawan terhadap perusahaan.
- e) Mengikut sertakan karyawan dalam memecahkan masalah – masalah yang dihadapi perusahaan.
- f) Mengurangi keluhan – keluhan.
- g) Dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dalam hubungan dengan kesejahteraan sosial.
- h) Memperbaiki hubungan manusia.
- i) Merupakan alat untuk meningkatkan kesejahteraan badaniah dan rohaniah.

- j) Memperbaiki kondisi kerja.
  - k) Menambahkan perasaan aman.
  - l) Memperbaiki sikap karyawan yang menguntungkan terhadap pekerjaan dan lingkungan.<sup>26</sup>
- 2) Tujuan bagi karyawan perusahaan
- a) Dapat memberikan kenikmatan melalui asalitas yang dengan cara lain tidak tersedia.
  - b) Memberikan kepuasan kerja.
  - c) Menghindari perasaan tidak aman.
  - d) Memotivasi keinginan untuk kemajuan perseorangan.
  - e) Memberikan kesempatan tambahan untuk memperoleh status.
  - f) Memberikan kompensasi tambahan.
- 3) Bagi masyarakat pengguna layanan
- Pelayanan yang ramah, cepat, cermat, tepat waktu serta tidak berbelit – berbelit yang diberikan oleh suatu perusahaan merupakan suatu yang esensial bagi masyarakat pengguna layanan yang tidak memungkinkan untuk mendapatkan pelayanan kesejahteraan yang mahal.

### **2.3.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelayanan**

Ada dua faktor yang mempengaruhi pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan dirasakan. Apabila pelayanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan baik dan memuaskan. Citra pelayanan yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia rasa,

---

<sup>26</sup> Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, hal. 36.

melainkan berdasarkan persepsi nasabah. Persepsi nasabah terhadap pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Pelayanan yang diharapkan didefinisikan sebagai penilaian nasabah terhadap keseluruhan keunggulan kredit. Kemudian pelayanan yang dirasakan merupakan pertimbangan global yang berhubungan dengan superioritas pelayanan.

Jadi berdasarkan pendapat di atas, Apabila Pelayanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan Pelayanan yang diharapkan, maka Pelayanan dikatakan baik dan memuaskan pihak nasabah.

#### **2.3.4. Dimensi-dimensi Pelayanan**

Terdapat lima dimensi utama pelayanan penulis temukan yaitu menurut Tciptono, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi

2. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

### 3. Jaminan (*assurance*)

Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

### 4. Empati (*emphaty*)

Yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

### 5. Bukti fisik (*tangibles*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik/gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.<sup>27</sup>

## 2.4. Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan lainnya, baik produk, harga, dan lokasi. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal produk dari bank.<sup>28</sup> Menurut Keller dan Kotler dalam Olivia Firda Yuanita, konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Yang menjadi perhatian utama pemasaran

---

<sup>27</sup> Fandy Tjiptono, *Service, Quality, & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h.121.

<sup>28</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), h.176.

adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya. Kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut memengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata nasabahnya.<sup>29</sup> Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwa promosi merupakan usaha yang dilakukan oleh bank dalam rangka menarik calon nasabah dan sekaligus meningkatkan citra bank dimata nasabah.

Pada umumnya masyarakat melewati tahapan AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) sebelum mengkonsumsi suatu produk. AIDA yang dimaksud adalah : suatu produk harus mampu memancing perhatian khlayak konsumen. Setelah mampu memancing perhatian maka suatu produk harus menggugah minat. Setelah menggugah minat maka tahap berikutnya adalah hasrat dan menginginkan untuk menikmati produk. Tahap akhir setelah timbul hasrat dan kemudian menginginkan produk tersebut maka tibalah melaksanakan upaya pembelian.<sup>30</sup> Menurut Erma Ardhiyanti dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah.<sup>31</sup>

#### **2.4.1. Jenis – Jenis Sarana Promosi**

---

<sup>29</sup> Yuanita O.F. *Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabnag Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur)*. Skripsi IAIN Surakarta 2017.

<sup>30</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h.134.

<sup>31</sup> Erma Ardhiyanti, *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN*. Salatiga : IAIN Salatiga. 2016.

Secara garis besar ada beberapa macam sarana promosi yang dapat dilakukan oleh perbankan atau perusahaan :

#### 1. Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, billboard, koran, majalah, televisi atau radio-radio.<sup>32</sup> Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena daya jangkauannya yang luas.<sup>33</sup> Tujuan spesifik pemasangan iklan bagi bank beraneka macam, diantaranya adalah sebagai pemberitahuan, pengingat kembali, penarik perhatian, dan pembangun citra.<sup>34</sup>

#### 2. Promosi penjualan (*Sales Promotion*)

Disamping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.<sup>35</sup> Promosi penjualan adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan jalan menjual secara langsung kepada pelanggan. Biasanya dilakukan dengan kegiatan-

---

<sup>32</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), h.176.

<sup>33</sup> Morissan A.M, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Jakarta : Kencana, 2010), h.18.

<sup>34</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h.134.

<sup>35</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), h.176.

kegiatan seperti : pemberian bunga khusus, pemberian intensif bagi nasabah dengan jumlah tertentu, pemberian hadiah atau souvenir langsung untuk setiap pembukaan rekening baru, atau pemberian kupon undian untuk hadiah promosi.<sup>36</sup>

### 3. Publisitas (*Publicity*)

Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra bank di depan para calon nasabah atau nasabahnya melalui kegiatan sponsorship terhadap suatu kegiatan amal atau sosial atau olahraga.<sup>37</sup> Promosi yang ketiga adalah publisitas. Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing nasabah melalui kegiatan seperti pameran, bakti sosial, perlombaan cerdas cermat, kuis serta kegiatan lainnya melalui berbagai media.<sup>38</sup>

### 4. Penjualan pribadi (*Personal selling*)

Penjualan pribadi adalah kegiatan promosi yang dilakukan dengan melakukan penjualan secara pribadi kepada pelanggan. Dalam penjualan pribadi terjadi sentuhan langsung antara tenaga pemasaran dengan pelanggan akhir, sehingga memungkinkan terjadinya kontak langsung. Saat kontak langsung itulah dapat digali beberapa hal untuk kegiatan pemasar lainnya.<sup>39</sup> Penjualan pribadi (*personal selling*) ini adalah kegiatan keempat dari kegiatan promosi yang bisa dilakukan oleh pemasar. Dalam dunia perbankan penjualan

---

<sup>36</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h.134.

<sup>37</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta : Kencana, 2005), h.176.

<sup>38</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h.130.

<sup>39</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), h. 140.

pribadi secara umum dilakukan oleh seluruh pegawai bank, mulai dari cleaning service, satpam sampai pejabat bank. Secara khusus dilakukan oleh petugas *Costumer Service* atau *Service Assistensi*.<sup>40</sup>

#### 5. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*)

*Direct marketing* atau pemasaran langsung adalah suatu sistem pemasaran interaktif yang menggunakan satu atau lebih media periklanan untuk “respons yang terukur” dan atau transaksi di lokasi manapun.<sup>41</sup>

Dari beberapa pengertian dan penjelasan diatas, penulis dapat menyimpulkan Personal selling merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan akan terjadi hubungan atau interaksi yang positif antara pengusaha dengan calon konsumennya itu. Kontak langsung itu akan dapat mempengaruhi secara lebih intensif para konsumennya karena dalam hal ini pengusaha dapat mengetahui keinginan dan selera konsumennya serta gaya hidupnya dan dengan demikian maka pengusaha dapat menyesuaikan cara pendekatan atau komunikasinya dengan konsumen itu secara lebih tepat yang sesuai dengan konsumen yang bersangkutan.

#### 2.5. Kajian Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Asih Setyowati dari IAIN Surakarta “Analisis Faktor-faktor Yang Mendasari Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah UPS Ngabean Surakarta” dalam skripsi tahun 2017. Metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability*

---

<sup>40</sup> Kasmir. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h.135.

<sup>41</sup> Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta : Penerbit Ombak, 2005), h.315.

*sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau angket tertutup dengan alternatif jawaban menggunakan *skala likert* dan wawancara. Alat analisis menggunakan analisis faktor konfirmatori yaitu teknik analisis data secara *apriori* berdasarkan teori dan konsep.

Hasil dari penelitian ini adalah kelima faktor tersebut mampu menjelaskan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah sebesar 67,728% sedangkan sisanya 32,272% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Faktor yang paling dominan dalam mendasari keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah UPS Ngabean adalah Faktor Harga dengan *eigen value* sebesar 6,940 dan keragaman total sebesar 31,546%.<sup>42</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Fadhila Uli Nuha dari “Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai (*RAHN*) Di Unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Solo Baru” dalam skripsi tahun 2018. Metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan interview atau wawancara, angket atau angket tertutup dengan alternatif jawaban menggunakan *skala likert* dan observasi. Hasil dari penelitian ini adalah promosi, lokasi dan prosedur terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk gadai di unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Solo Baru.<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup> Asih Setyowati, *Analisis Faktor-faktor Yang Mendasari Keputusan nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah UPS Ngabean*, dalam skripsi IAIN Surakarta 2017.

<sup>43</sup> Fadhila Uli Nuha, *Analisis Pengaruh Promosi, Lokasi dan Prosedur Pencairan Pinjaman terhadap Keputusan Pemilihan Produk Gadai (RAHN) Di Unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Pasar Baro*, dalam skripsi IAIN Surakarta 2018.

Penelitian oleh Feti Rukmanasari dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah”. Jenis penelitian menggunakan kuantitatif dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian yang menggunakan uji  $T_{test}$  didapatkan variabel pengetahuan dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah. Dan berdasarkan hasil uji  $F_{test}$  menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>44</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Maimunah dari “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang” dalam skripsi tahun 2017. Metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Random Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dokumentasi, wawancara dan literatur. Hasil dari penelitian ini adalah variabel independent nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembalian pembiayaan barang gadai emas syariah di unit cabang pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang, variabel independen promosi dan pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengembalian

---

<sup>44</sup> Feti Rukmanasari, *Pengaruh Pengetahuan Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*, dalam Skripsi IAIN Salatiga 2017.

pembiayaan baranggadai emas syariah di unit cabang pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang.<sup>45</sup>

**Tabel 2.1**

**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Asih Setyowati (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kuantitatif</li> <li>➤ Teknik pengambilan sample: <i>non probability sampling</i></li> <li>➤ Pengumpulan data : angket dan wawancara</li> <li>➤ Teknik analisis data : analisis faktor konfirmatori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Faktor harga, faktor promosi, faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi, dan faktor alasan syariah yang mendasari keputusan nasabah dalam mengambil jasa pegadaian syariah UPS Ngabean, dan yang paling mendasari yaitu faktor harga.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Variabel penelitian : kualitas pelayanan dan promosi.</li> <li>➤ Indikator promosi : periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal dan pemasaran langsung.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokasi penelitian</li> <li>➤ Teknik pengambilan sampel</li> </ul>
2	Fadhilah Uli Nuha (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kuantitatif</li> <li>➤ Teknik pengambilan sampel: <i>purposive sampling</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promosi, lokasi dan prosedur terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk gadai.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Variabel Penelitian : Promosi</li> <li>➤ Indikator Promosi : periklanan , promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokasi penelitian</li> <li>➤ Pengumpulan data.</li> </ul>

<sup>45</sup> Siti Maimunah, *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang*, dalam Skripsi UIN Walisongo 2017.

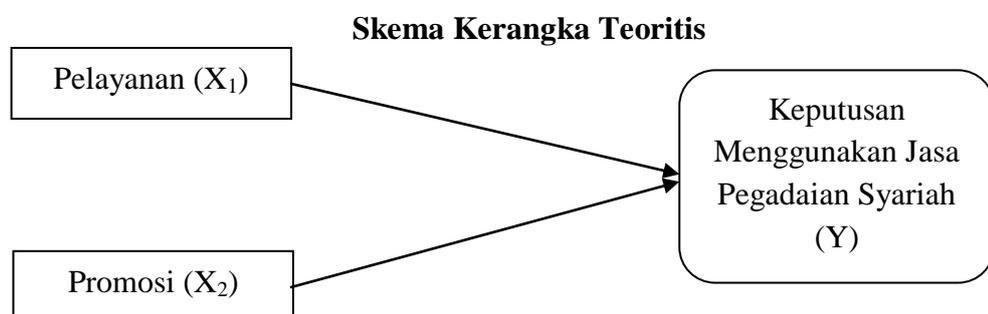
				dan pemasaran langsung.	
3	Feti Rukmanasari (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kuantitatif</li> <li>➤ Teknik pengambilan sampel: Teknik Purposive Sampiling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Berdasarkan uji <math>T_{test}</math> yaitu menunjukkan variabel pengetahuan dan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa pegadaian syariah.</li> <li>➤ Berdasarkan <math>F_{test}</math> yaitu variabel pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Variabel penelitian : Promosi</li> <li>➤ Indikator Promosi : periklanan , promosi penjualan, hubungan masyarakat dan publisitas, penjualan personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokasi Penelitian</li> <li>➤ Variabel Dependen.</li> </ul>
4	Siti Muamanah	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Kuantitatif</li> <li>➤ Teknik pengambilan sampel: Random Sampiling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ variabel independent nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembalian pembiayaan barang gadai emas syariah di unit cabang pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang, variabel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Variabel penelitian : Promosi dan Pelayanan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Lokasi Penelitian</li> <li>➤ Variabel dependen.</li> </ul>

			independen promosi dan pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pengembalian pembiayaan baranggadai emas syariah di unit cabang pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang.		
--	--	--	--	--	--

## 2.6. Kerangka Teoritis

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh tingkat kepuasan nasabah dan citra pegadaian syari'ah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada pegadaian syari'ah cabang majapahit semarang yaitu:

**Gambar 2.1**



Penelitian ini meneliti tentang seberapa besar atau ada tidaknya pengaruh variabel independen (pelayanan dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan menggunakan jasa pegadaian syariah).

## 2.7. Hipotesa

Hipotesa adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian,<sup>46</sup>

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ho<sub>1</sub>: Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ha<sub>1</sub>: Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ho<sub>2</sub>: Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ha<sub>2</sub>: Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ho<sub>3</sub>: Pelayanan dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ha<sub>3</sub>: Pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 70.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.<sup>47</sup>

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan penelitian ini menggunakan bantuan dari program SPSS ( Statistical Package for the Social Sciences ) dan penelitian ini juga menggunakan angket sebagai instrumen untuk pengumpulan data serta pada penelitian terdahulu pada penelitian ini juga merujuk kepada metode kuantitatif. Untuk itu peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

#### **3.2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian di Pegadaian Syariah Kuala Simpang yang terletak di Kecamatan Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada 1 Maret 2020 sampai dengan 31 Mei 2020.

#### **3.3. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah sekumpulan data yang mengidentifikasi suatu fenomena.<sup>48</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah Pegadaian Syariah.

---

<sup>47</sup> Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 47.

<sup>48</sup> Sri Rahayu, *Aplikasi SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 60.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah gadai di Pegadaian Syariah Kuala Simpang yang berjumlah 12.050 nasabah.

Sampel adalah sebagian data yang diambil atau diseleksi dari suatu populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena dalam praktek banyak kendala yang tidak memungkinkan seluruh populasi diteliti.<sup>49</sup>

Adapun teknik untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{P}{(P \cdot e^2) + 1}$$

$$S = \frac{12.050}{(12.050 \cdot (10\%)^2) + 1}$$

$$S = \frac{12.050}{(12.050 \cdot (0,1)^2) + 1}$$

$$S = \frac{12.050}{(12.050 \cdot (0,01)) + 1}$$

$$S = \frac{12.050}{(120,5) + 1}$$

$$S = \frac{12.050}{121,5}$$

$$S = 99,17$$

Keterangan:

S: Sampel

P: Populasi

*e*: eror tingkat kesalahan yang diyakini 10%

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 99,17 responden, dan dibulatkan menjaadi 99 responden yang akan diteliti oleh peneliti.

---

<sup>49</sup> *Ibid*, h. 60.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.<sup>50</sup>

### 3.4. Data Penelitian

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data dan mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.<sup>51</sup>

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari angket yaitu berupa hasil jawaban responden atas sebaran angket yang diajukan kepada nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi oleh pihak lain.<sup>52</sup>

Data sekunder pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui dokumentasi nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi (Metode R & D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 93.

<sup>51</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 66.

<sup>52</sup> *Ibid*, h. 66.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Angket/ Kuisisioner

Angket merupakan metode dengan cara mengajukan formulir pertanyaan kepada responden atau nasabah yang diinginkan. Nasabah diminta untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tanpa adanya tekanan dari pihak periset. Dalam formulir dijelaskan cara-cara untuk menjawab pertanyaan.<sup>53</sup>

Penetapan skor instrumen angket atau adalah menggunakan skala likert dengan skor jawaban sebagai berikut.<sup>54</sup>

**Tabel 3.1**

**Skor Alternatif Jawaban**

Alternatif Jawaban	Skor untuk Pernyataan
Sangat Setuju [SS]	4
Setuju [S]	3
Tidak Setuju [TS]	2
Sangat Tidak Setuju [STS]	1

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang telah berlalu. Dokumentasi tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa,

---

<sup>53</sup> *Ibid*, h. 123.

<sup>54</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, h. 107.

atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian.<sup>55</sup>

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan tindakan untuk melakukan pembicaraan secara langsung dengan responden atau nasabah. Maksudnya peneliti langsung menanyakan keinginan atas suatu masalah yang hendak diteliti kepada nasabah secara langsung dan bersifat *personal*.<sup>56</sup> Peneliti juga akan mewawancarai Manager Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang agar data yang didapat bisa lebih akurat.

### 4. Instrument Penelitian

Instumen angket yang telah dirancang perlu diuji validitas dan reliabilitasnya agar data yang akan dianalisis memiliki derajat ketepatan dan keyakinan yang tinggi. Ada 2 bentuk pengujian validitas dan reliabilitas yaitu:

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner bisa dikatakan valid atau tidak jika jika pertanyaan kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuisisioner tersebut.<sup>57</sup> Uji validitas dilihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation/ Product Moment. Data ini dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

---

<sup>55</sup> A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), h. 391.

<sup>56</sup> *Ibid*, h. 122.

<sup>57</sup> Imam Ghazali, *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Semarang: Yoga Pratama, 2016), h. 153.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS mengikuti langkah-langkah sebagai berikut<sup>58</sup> :

- 1) Buka program SPSS. Program SPSS yang saya gunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS *versi* 23.
  - 2) Dari menu utama pilih **File**, lalu **Open data**.
  - 3) Pindahkan file type :excel, agar pengerjaan lebih mudah.
  - 4) Carilah file Cronbach Alpha.xls
  - 5) Pilih **Analyze** lalu Correlate dan selanjutnya pilih **Bivariate**.
  - 6) Masukkan semua item dan total skor ke kotak variabel.
  - 7) Pilih **Pearson**, lalu pilih **OK**.
  - 8) Output SPSS.
- b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk angket.<sup>59</sup> Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan koefisien alfa dengan bantuan computer *SPSS*. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Untuk menghitung realibilitas dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*.<sup>60</sup> Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  berarti instrument reliable dan sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq$

---

<sup>58</sup> *Ibid*, h.154-155.

<sup>59</sup> *Ibid*, h. 186.

<sup>60</sup> Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : Mediakom, 2013), h. 26.

$r_{tabel}$  berarti instrument reliable. Menurut Umar, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

1. Cronbach Alpha 0,6 = reliabilitas buruk
2. Cronbach Alpha 0,6 – 0,79 = reliabilitas diterima
3. Cronbach Alpha 0,8 = reliabilitas baik

Instrumen untuk mengukur masing-masing variable dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpha*  $> 0,60$ .<sup>61</sup>

Uji reliabilitas dalam penelitian ini juga menggunakan perhitungan spss dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Buka program SPSS. Program spss yang saya gunakan dalam penelitian ini yaitu SPSS *versi* 23.
- b. Klik variabel view di sudut kiri bawah
- c. Pada kolom name tulis dengan X1.1 sampai X1.10 dan Total X1, X2.1 sampai X2.5 dan Total X2, Y.1 sampai Y.5 dan Total Y. Data yang dimasukkan hanya data yang valid saja. Pada kolom desimal ubah semua menjadi 0. Kemudian klik disudut kiri bawah data view. data yang telah anda ketik di program excel di copy dan kemudian di paste pada kolom data view seperti copy-paste biasa.

---

<sup>61</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 41-45.

- d. Selanjutnya klik *anlysis* → *scale* → *reliability analysis* → klik statistic pada *Descirptive for* → pilih borang *scale if item delete* untuk di centang dan pilih model *alpha* → terakhir klik oke.<sup>62</sup>

### 3.6. Definisi Operasional

Variabel penelitian suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>63</sup> Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

Variabel independen atau variabel bebas adalah yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat.<sup>64</sup> Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari Pelayanan (X1) dan Promosi (X2).

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>65</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Y).

---

<sup>62</sup> Azuar Juliandi Irfan, Metodologi..., hal.148

<sup>63</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif* ....h. 38.

<sup>64</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif* ....h. 39.

<sup>65</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif* ....h. 39.

Tabel 3.2

**Kisi – kisi Instrumen Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan  
Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Pelayanan (X1)	Pelayanan merupakan kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lainnya	1. Kehandalan ( <i>reliability</i> )
		2. Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> )
		3. Jaminan ( <i>assurance</i> )
		4. Empati ( <i>emphaty</i> )
		5. Bukti fisik ( <i>tangibles</i> )
Promosi (X2)	Kegiatan <i>marketing mix</i> yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan lainnya, baik produk, harga, dan lokasi. Promosi adalah kegiatan mengenal produk dari bank ditawarkan Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.	1. Periklanan
		2. Promosi Penjualan
		3. Hubungan masyarakat dan publisitas
		4. Penjualan Personal
		5. Pemasaran langsung
Keputusan Nasabah (Y)	Pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen dalam melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Nasabah mengambil keputusan untuk memilih produk gadai ( <i>rahn</i> ).	1. Pengenalan masalah.
		2. Pencarian informasi
		3. Evaluasi alternative
		4. Keputusan pembelian

## 4.7. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Cara yang digunakan ialah dengan menggunakan *Kolomogorov Smirnov*.<sup>66</sup>

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah model regresi yang variabel – variabel bebasnya tidak memiliki korelasi yang tinggi atau bebas dari multikolinearitas. Deteksi adanya gejala multikolinieritas dengan menggunakan nilai *Variance Inflasi Factor* (VIF) dan toleransi melalui SPSS. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5.<sup>67</sup> Sedangkan untuk melihat nilai toleransi yaitu nilai diatas 0,1 dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila memiliki nilai VIF (*variance inflation factor*) disekitar angka 1, (misal besarnya nilai VIF = 1,256).
2. Mempunyai angka Tolerance mendekati 1, (Misalnya nilai toleransi sebesar 0,687).

---

<sup>66</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 169.

<sup>67</sup> *Ibid*, h. 170.

3. Apabila kedua kriteria tersebut dipenuhi, maka dinyatakan tidak ada problem multikolinierisme.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.<sup>68</sup>

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas: melihat grafik plot, Uji Park, Uji Glejser, Uji White. Dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*, ketentuan dalam uji *glejser* yaitu dikatakan model regresi yang baik dan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi variabel lebih dari 0,05 atau tingkat signifikansinya di atas 5%.<sup>69</sup>

d. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada period ke  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t - 1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik

---

<sup>68</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi Ketujuh*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h. 139.

<sup>69</sup> Denziana dkk, *Corporate Financial Performance Effects Of MacroEconomic Factors Against Stock Return*, *Journal Akuntansi dan Keuangan*, vol. 5 no. 2, 2014, h. 31

adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):<sup>70</sup>

- a) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada korelasi negatif.

## 2. Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependen dapat diprediksi melalui variabel independen atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Adapun rumusnya adalah:<sup>71</sup>

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

Keterangan:

- 1) Y : Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah
- 2)  $\alpha$  : Konstanta
- 3)  $b_1 b_2$  : Koefisien korelasi ganda
- 4)  $x_1$  : Pelayanan
- 5)  $x_2$  : Promosi
- 6) e (*epsilon*): Tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

<sup>70</sup> *Ibid*, h. 173.

<sup>71</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 81-110.

a. Uji t ( Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5 %). Rancangan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

Ho<sub>1</sub>: Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ha<sub>1</sub>: Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ho<sub>2</sub>: Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Ha<sub>2</sub>: Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>72</sup>

a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai Sig < 0,05 maka Ho ditolak

b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai

---

<sup>72</sup> *Ibid*, h. 89.

pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Rancangan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

$H_{03}$ : Pelayanan dan promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

$H_{a3}$ : Pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:<sup>73</sup>

- a) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai Sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- b) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai Sig  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
- c. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Nilai *R-Square* adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Setiap tambahan satu variabel maka *R-Square* meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.<sup>74</sup> Oleh karena itu dianjurkan menggunakan nilai *adjust R<sup>2</sup>* dalam mengevaluasi model regresi. Uji ini dikatakan sempurna jika nilai *adjust R<sup>2</sup>* mendekati/nilainya (100%). Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan dalam model.<sup>75</sup>

---

<sup>73</sup> *Ibid*, h. 88.

<sup>74</sup> *Ibid*, h. 175.

<sup>75</sup> Astuti, *Modul Praktikum Statistika*, (Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2015), h. 64.

## **BAB IV**

### **TEMUAN PENELITIAN**

#### **4.1. Profil Lembaga**

##### **4.1.1. Letak Geografis Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang**

Pegadaian syariah Kuala Simpang bertempat di Jalan Cut Nyak Dhien Berdiri pada tahun 1901 dan berubah jadi syariah pada tahun 2003 atas permintaan Gubernur Aceh pada saat itu. Pegadaian Syariah Kuala Simpang ini juga terletak di tempat yang sangat strategis, berada di kompleks ruko pertokoan yang menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat. Cabang Pegadaian Syariah Kuala Simpang didirikan dalam rangka menjawab semua kebutuhan sebagai konsumen baik itu muslim maupun non muslim yang menginginkan transaksi yang aman tanpa mengandung unsur riba, karena riba sudah jelas diharamkan dalam Islam.

##### **4.1.2. Sejarah Singkat Pegadaian dan Perkembangannya**

Sejarah Pegadaian dimulai pada saat Pemerintah Belanda (VOC) mendirikan *Bank van Leaning* yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Pada saat Inggris mengambil alih pemerintahan (1811-1816) *Bank Van Leaning* milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberikeleluasaan untuk mendirikan usaha pegadaian asal mendapat lisensi dari pemerintah setempat. Pada saat Belanda berkuasa kembali dikeluarkan saat Belanda (stbl) No. 131 tanggal 1 April 1901, sebagai dasar hukum bagi pendirian pegadaian negeri

pertama di Sukabumi, yang kemudian dijadikan sebagai hari lahirnya pegadaian di Indonesia.<sup>76</sup>

Namun diyakini oleh bangsa Indonesia bahwa jauh sebelum itu, masyarakat Indonesia telah mengenal transaksi gadai dengan menjalankan praktik utang piutang dengan jaminan barang bergerak. Oleh karena itu, perum pegadaian merupakan sarana alternatif pertama dan sudah ada sejak lama serta sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia. Namun belakangan ini perum pegadaian mulai tampil dengan membangun citra baru melalui berbagai media, termasuk televisi, dengan motto “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”. Meskipun perusahaan membawa misi *Public Service Obligation*, ternyata tetap mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagian keuntungan kepada pemerintah. Seiring dengan dikeluarkannya fatwa DSN-MUI tentang haramnya *riba* dan undang-undang No.10 tahun 1998 tentang Perbankan Syariah, yang isinya menyatakan perbankan syariah boleh mendirikan usaha *Rahn* (gadai).<sup>77</sup>

Bank Muamalat Indonesia dalam mengembangkan usahanya mencoba untuk membuat produk gadai syariah, namun karena tidak mempunyai sumber daya manusia dan peralatan yang cukup memadai, kemudian Bank Muamalat Indonesia mengajak perum pegadaian untuk bekerja sama mendirikan pegadaian syariah. Tawaran tersebut mendapat tanggapan yang positif dari perum pegadaian yang juga sedang mempelajari pembentukan pegadaian syariah. Pada tahun 2002 nota kesepakatan kerja sama dibuat antara perum pegadaian dengan bank

---

<sup>76</sup> Pargong Matua, *Sejarah Singkat Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian*, Jakarta : tp, 2003.

<sup>77</sup> Ali Murthado, Abdul Ghour, dkk, *Menuju Lembaga Keuangan yang Islami dan Dinamis*, Semarang: Rai Sarana Perkasa,2012, h. 117.

muamalat Indonesia. Pada tanggal 20 Desember 2002 penandatanganan kerja sama dilakukan dengan Nomor 446/SP 300.233/2002 dan 015/BMI/PKS/XII/2002. Bank Muamalat Indonesia menandatangani kerja sama dengan perum pegadaian untuk tambahan modal, dengan bentuk pembiayaan musyarakah sejumlah Rp.40.000.000.000,-. Kemudian pada tanggal 14 Januari 2003 secara resmi dibentuk Pegadaian Syariah dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) dan operasionalnya Dewan Direksi Perum Pegadaian Nomor:06.A/UL.3.00.22.3/2003 tentang pemberlakuan Manual Operasional Unit Layanan Gadai Syariah.<sup>78</sup>

Pada tahun 2008 kontrak kerja sama dengan bank muamalat Indonesia dihentikan. Uang modal yang dipinjam dalam bentuk pembiayaan musyarakah telah dikembalikan. Kini perum pegadaian bekerja sama dengan Bank Syariah Mandiri dengan tambahan modal yang diberikan sebesar kurang lebih Rp. 50.000.000.000. Bank Syariah Mandiri menawarkan harga yang lebih miring sehingga pemotongan tarif ijarah dapat dilakukan.<sup>79</sup>

Pembentukan pegadaian syariah ini juga berdasarkan pada fatwa DSN No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang rahn dan fatwa DSN No.26/DSNMUI/ III/2002 tentang *rahn* emas. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu asas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi pegadaian syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah atau ULGS sebagai unit organisasi dibawah binaan Devisi Usaha Lain Perum Pegadaian. Namun, baru

---

<sup>78</sup> Hermawan Kertajaya dan M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006, h. 206.

<sup>79</sup> Ibid, h. 207.

pada awal tahun 2004 perum pegadaian memisahkan pegadaian syariah kedalam devisi tersendiri yaitu Devisi Usaha Syariah serta menjadikan setiap cabangnya sebagai binaan Kantor Wilayah (Kanwil) perum pegadaian. Salain itu, perum pegadaian juga telah memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) sendiri yang berguna untuk memberikan pengarahan dan pengawasan terhadap kehalalan produk yang diluncurkan.

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta pada tanggal 14 Januari 2003 dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika, menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih ditahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah. Isrilah ULGS kemudian berubah menjadi Cabang Pegadaian Syariah (CPS).

#### **4.1.3. Visi dan Misi Pegadaian Syariah**

Visi dan misi pada pegadaian yaitu :<sup>80</sup>

##### **1. Visi Pegadaian**

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fiduasi selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

##### **2. Misi Pegadaian**

---

<sup>80</sup> Visi dan Misi Perusahaan. [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) (diakses pada 5 Mei 2020)

- a. Memberikan pembiayaan tercepat, termudah dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

#### **4.1.4. Struktur Organisasi Pegadaian**

Perum pegadaian merupakan lembaga keuangan non bank yang berada di bawah Departemen Keuangan, namun pengawasa operasional kerjanya berada di bawah Ditjen Moneter dengan aspek sebagai berikut :

- 1) *Penilaian dan pengesahan rencana kerja dan anggaran perusahaan.*
- 2) *Pemberian izin investasi.*
- 3) *Penarikan kredit dan pelepasan kekayaan milik perusahaan.*
- 4) *Penilaian laporan keuangan dan manajemen serta kinerja perusahaan.*

Selain itu terdapat pula pembinaan yang dilakukan oleh Sekretariat Jendral Departement Keuangan meliputi penentuan struktur organisasi, perubahan dan tata kerja perusahaan, segala sesuatu tentang kepegawaian/personalia misalkan pengangkatan pegawai, kenaikan pangkat dan penetapan jabatan dan formasi kepegawaian. Semua pegawai dalam pegadaian merupakan pegawai negeri karena pegadaian merupakan BUMN perjan.

Dalam tingkat daerah, terdapat satu kepala inpeksi perjan pegadaian yang mana satu kepala ini membawahi puluhan kantor cabang yang dibantu oleh beberapa kantor daerah pemeriksa bila tempatnya agak jauh dan terpisah.

Terdapat beberapa pokok peraturan kegiatan kerja yaitu :

1. Kepala pegadaian pusat berwenang menentukan besarnya plafon kredit.
2. Berwenang menentukan tingkat bunga (sewa) modal yang dibebankan kepada para nasabah penggadai, jangka waktu pinjam, jenis barang bergerak yang dapat digadaikan, serta standar nilai taksiran dan cara penebusan tata-tata cara lelang. Pegawai sesuai Tugasnya dicabang PT Pegadaian(persero) terdiri dari :

1. Kepala Cabang

Kepala cabang adalah pegawai perusahaan yang bertugas sebagai pimpinan cabang perusahaan.

Tugas-tugas seorang Kepala Cabang antara lain :

- a. Mengelola modal dengan melayani permintaan pinjaman, pencicilan pinjaman, gadai ulang dan pelunasan pinjaman dari nasabah.
- b. Melakukan pelelangan barang-barang jaminan yang telah habis jangka waktunya kepada masyarakat secara umum dan terbuka.
- c. Mengumumkan kepada masyarakat atau nasabah mengenai tanggal dan waktu lelang.
- d. Melayani permintaan uang kelebihan.
- e. Melakukan penjualan barang-barang negara yang dibeli dari lelang akibat tidak laku pada lelang

2. Wakil Kepala Cabang

Wakil Kepala cabang mempunyai tugas membantu kepala cabang jika kepala cabang berhalangan, menggantikan dalam melaksanakan tugas-tugas kepala cabang.

### 3. Pengelola UPC ( Unit Pembantu Cabang )

Fungsi :

Mengoordinir, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional, mengawasi administrasi, keuangan, keamanan, ketertiban dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan UPC. Untuk menyelenggarakan fungsi tersebut, pengelola UPC mempunyai tugas :

- a. Mengoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional UPC
- b. Menangani barang bermasalah dan barang jaminan lewat jatuh tempo
- c. Melakukan pengawasan secara uji petik dan terprogram terhadap barang jaminan yang masuk
- d. Mengoordinasikan, melaksanakan dan mengawasi administrasi, keuangan, sarana prasarana, keamanan, ketertiban dan kebersihan serta pembuatan laporan kegiatan operasional Unit Pembantu Cabang (UPC)

### 4. Penaksir

Penaksir bertugas untuk menaksir atau menilai barang yang akan digadaikan. Untuk menaksir barang jaminan diperlukan keahlian khusus melalui pendidikan khusus untuk orang-orang tertentu. Jadi tidak semua pegawai dapat melakukan tugas sebagai penaksir. Penaksir memiliki hak untuk menentukan besarnya uang pinjaman atau memiliki KPK (Kuasa Pemutus Kredit).

## 5. Kasir

Kasir bertugas membayar uang pinjaman kepada nasabah sekaligus mencatat setiap transaksi dan kemudian melaporkannya kepada bagian tata usaha dan akuntan.

## 6. Penjaga Gudang

Bertugas sebagai penerima, penyimpanan, pemelihara dan sebagai pihak yang mengeluarkan kembali barang gadai jika masa pelunasan telah usai.

### **4.1.5. Makna Logo Pegadaian**

Kian meneguhkan diri sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memiliki *tagline* menyelesaikan masalah tanpa masalah ini memiliki logo baru. Pergantian logi baru yang dilakukan bertepatan dengan momentum peringatan hari ulang tahun ke 112 dari Pegadaian ini masih tetap mengusung warna yang sama yakni hijau.

Logo baru itu terletak pada tiga bulatan dan sebuah timbangan. Tiga bulatan ini menandakan bahwa Pegadaian mempunyai tiga produk yang dapat membantu laju perekonomian di masyarakat.

Bulatan pertama yaitu menggambarkan produk gadai, kedua produk layanan emas, dan ketiga yaitu usaha lainnya berupa payment. Tidak hanya bulatan, namun adapula timbangan yang masih tetap sama seperti logo sebelumnya. Tiga bulatan dalam logo ini menggambarkan produk Pegadaian yang saat ini sedang gencar di laksanakan. Jadi Pegadaian tidak hanya melayani jasa gadai saja

namun ada juga investasi emas dan usaha lainnya berupa payment. Yang nantinya dimungkinkan akan ada layanan properti yang termasuk dalam usaha lain.

Peluncuran logo baru ini berlandaskan pada filosofi kolaborasi, transparansi, dan terpercaya yang diharapkan mampu diaplikasikan dalam roda bisnis Pegadaian. Peluncuran logo baru ini, tidak sepenuhnya meninggalkan makna logo lama, namun menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang ada di lingkungan saat ini.<sup>81</sup>

#### **4.1.6. Produk Pegadaian**

Produk – produk yang terdapat di Pegadaian yaitu:<sup>82</sup>

##### **1. Gadai Emas**

Gadai Emas adalah sistem gadai untuk semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan komsutif maupun produktif.

**SYARAT :**

- a. Agunan berupa perhiasan emas atau barang berharga lainnya.
- b. Pinjaman bisa sampai diatas Rp 200.000.000.
- c. Jangka waktu pinjaman 120 hari dan bisa diperpanjang.
- d. Pinjaman tunai,tidak perlu buka rekening.
- e. Tarif bunga per 10 hari.
- f. Agunan dan nasabah diasuransikan.

---

<sup>81</sup> Sigit Triandara dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga keuangan Lain*, (Jakarta, Salemba, 2009), h. 27.

<sup>82</sup> Produk dan Jasa. [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) (diakses pada 20 Agustus 2018)

## 2. Arrum BPKB

Arrum BPKB dengan angsuran bulanan untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan sistem fiduasi, yaitu agunan pinjaman berupa BPKB, sedangkan kendaraan masih bisa digunakan untuk usaha.

### SYARAT :

- a. Memiliki usaha yang layak, minimal sudah berjalan 1 tahun.
- b. Pinjaman maksimal 100.000.000.
- c. Proses hanya 3 hari.
- d. Jangka waktu pinjaman 12,18,24 atau 36 bulan

## 3. Arrum Mulia

Arrum Mulia adalah layanan penjualan logam mulia bisa berupa perhiasan dan logam mulia lainnya kepada masyarakat secara tunai atau angsuran.

### KEUNGGULAN :

- a. Proses mudah dengan layanan profesional.
- b. Alternatif investasi yang aman.
- c. Aset yang sangat likuid untuk kebutuhan dana yang mendesak.
- d. Bersertifikat resmi dari PT Antam Tbk.
- e. Menyediakan jasa penyimpanan logam mulia ditempat yang aman.

## 4. MPO (Multi Pembayaran Online)

Fasilitas pembayaran rekening listrik, telepon dan PDAM yang terpadu dengan program gadai. Nasabah bisa menggadaikan barang atau perhiasannya untuk kemudian dipotong biayanya guna pembayaran tagihan rekening tanpa harus pindah loket.

Terhitung mulai tanggal 01 juni 2013,kantor Cabang dan Unit PT Pegadaian (persero) sudah dapat melayani pembayaran antara lain :

- a. Pembayaran rekening listrik
- b. Pembayaran rekening air
- c. Pembayaran tiket Kereta Api
- d. Pembelian pulsa elektrik semua operator seluler (Telkomsel, Indosat, XL, Smartfren, Axis, Telkom, Flexi, Esia dan Tri)
- e. Remittance
- f. Delima
- g. Western Union (WU)
- h. BNI Remittance

#### 5. MULIA

Investasi bisa beragam bentuk,salah satunya program MULIA dari Pegadaian yang menawarkan investasi yang menarik. Program MULIA ini memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan Logam Mulia oleh Pegadaian secara tunai atau angsuran sampai 3 tahun.Tersedia pilihan logam mulia dengan berat 5 gr, 10 gr, 25 gr, 50 gr, 100 gr, 250 gr dan 1 kg.

#### 6. Rahn Hasan

Yaitu produk baru perbankan syariah yang bru di luncurkan sekitaran bulan 2 tahun 2018 ini. Produk ini untuk pinjaman 500 ribu kebawah tanpa jasa simpanan yang jangka waktunya hanya 2 bulan setelah transaksi

Persyaratannya hanya membawa emas dan foto copy ktp saja, dan bisa langsung di proses dengan cepat.

## 7. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

Persyaratan:

- a. Fotocopi identitas ( KTP/SIM/PASSPOR) yang berlaku
- b. Mengisi formulir pembukaan rekening tabungan emas
- c. Membayar biaya admin Rp 10.000 dan biaya fasilitas titipan selama 12 bulan sebesar Rp 30.000

## 8. Amanah

Pembiayaan amanah pada pegadaian syariah memudahkan pembelian kendaraan bermotor dengan pinjaman sesuai syariah karyawan dan pengusaha.

Persyaratannya:

- a. Pegawai tetap suatu instansi minimal 2 tahun bekerja dan memiliki slip gaji
- b. Untuk pengusaha harus memiliki surat izin usaha dari kelurahan atau datok dan sudah berjalan selama minimal 1 tahun
- c. Melampirkan kelengkapan: foto copy ktp suami istri, foto copy KK, surat rekom dari atasan untuk pegawai dan slip gaji 2 bulan terakhir.
- d. Mengisi dan menandatangani form aplikasi amanah
- e. Membayar uang muka yang disepakati minimal 20%
- f. Menandatangani akad amanah

## 9. Arrum Haji

Pembiayaan arrum haji pada pegadaian syariah menggunakan sistem gadai emas guna pendaftaran haji.

Persyaratannya:

- a. Memenuhi syarat sebagai pendaftar haji
- b. Foto copy KTP
- c. Dan emas yang akan di gadai sebesar 5 mayam

### **4.1.7. Beberapa Hal Mengenai PT Pegadaian**

#### 1. Alasan dan Tujuan Pegadaian didirikan

Hubungan perusahaan Pegadaian dengan masyarakat sangat erat karena keduanya saling membutuhkan. Sehingga berdasarkan hal tersebut hubungan Pegadaian dengan masyarakat harus terjalin dengan baik dan tidak menimbulkan kesalah pahaman. Sejalan dengan lajunya pembangunan pada saat ini, PT Pegadaian dapat dipandang sebagai salahsatu sarana untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat terutama golongan ekonomi lemah.

#### 2. Tugas Pokok PT Pegadaian (persero)

Adapun tugas pokok PT Pegadaian adalah menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai dan usaha lain yang berhubungan dengan tujuan perusahaan atas dasar persetujuan menteri.

#### 3. Tujuan PT Pegadaian(persero)

Tujuan PT Pegadaian(persero) adalah :

- a. Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kegiatan,kebijaksanaan dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai.
  - b. Mencegah praktek ijon, pegadaian gelap
4. Fungsi PT Pegadaian(persero)
- a. Mengelola penyaluran uang pinjaman atas dasar hukum gadai dengan cara yang mudah, cepat, aman dan hemat.
  - b. Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha lain yang menguntungkan bagi perusahaan maupun masyarakat.
  - c. Mengelola keuangan.
  - d. Mengelola organisasi, tata kerja dan tata laksana.
  - e. Melakukan penelitian dan pengembangan.
  - f. Mengawasi pengelolaan pegadaian.
  - g. Sifat dan kedudukan PT Pegadaian(persero)

Sifat dari usaha PT Pegadaian ialah menyediakan pelayanan dan sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelolaan perusahaan.

PT Pegadaian bertempat kedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan mempunyai perwakilan/cabang diseluruh Indonesia dengan persetujuan menteri. Apabila terjadi perubahan kedudukan dalam kantor perusahaan ditetapkan oleh presiden atas usul menteri.

#### 5. Modal Perusahaan

Modal perusahaan pegadaian adalah kekayaan negara yang dipisahkan dari Anggaran Belanja Negara yang tidak terbagi saham-saham, dengan besarnya sama

dengan nilai yang tercantum dalam perusahaan. Setiap penambahan modal yang berasal dari kekayaan negara dan sebagainya dipisahkan.

#### **4.1.8. Pengertian Administrasi dan Pembukuan**

##### **1. Administrasi**

Administrasi adalah segenap proses penyelenggaraan setiap usaha, kerjasama sekelompok orang untuk mencapai suatu tujuan. Unsur-unsur administrasi meliputi pengorganisasian, manajemen, keuangan, kepegawaian, komunikasi, ketatausahaan dan humas.

##### **2. Pembukuan**

Pembukuan adalah proses pencatatan, penggolongan dan pemeriksaan serta peringkasan dengan cara yang tepat dan dinyatakan dalam angka-angka uang, transaksi-transaksi dan kejadian-kejadian yang bersifat keuangan dan penafsiran. Sarana utama dari pembukuan adalah peristiwa-peristiwa atau keuangan yaitu yang dapat dihitung dengan uang, menyangkut persoalan yang dapat dinilai dengan uang. Peristiwa keuangan tersebut mendorong manusia untuk melakukan perbuatan-perbuatan sebagai berikut :

- a. Mencatat segala transaksi-transaksi yang terjadi
- b. Menganalisis
- c. Menggolongkan transaksi-transaksi yang terjadi dan dicatat dalam kelompok-kelompok sehingga informasi tersebut terwujud sebuah susunan yang rapi.
- d. Meringkas data-data yang telah diklasifikasikan tersebut sehingga diperoleh ikhtisar-ikhtisar yang dapat digunakan sebagai laporan.

### 3. Sistem pembukuan

Sistem pembukuan ada 2 macam yaitu :

- a. Sistem Sentralisasi, yaitu suatu sistem pembukuan yang dibuat dan diselenggarakan oleh kantor pusat
- b. Sistem Desentralisasi, yaitu suatu sistem pembukuan penyelenggaraan yang diserahkan kepada cabang, sedang kantor pusat hanya menerima laporan yang sudah jadi.

Sistem pembukuan yang digunakan oleh PT Pegadaian sebagai perusahaan yang bercabang adalah sistem sentralisasi. Jadi pelaksanaan pembukuan dilakukan oleh kantor pusat, kantor cabang hanya melaporkan melalui berkas-berkas pembukuan secara sistematis saja.

Bukti-bukti dalam penyusunan laporan keuangan sangat penting, tanpa bukti-bukti pembukuan tersebut kebenarannya diragukan. Adapun bukti-bukti pembukuan yang digunakan oleh PT Pegadaian UPC Karangklesem antara lain :

- a. Surat Bukti Rahan (SBR)
- b. Nota terima tunai
- c. Daftar pembayaran pulsa, telepon dan sebagainya

Buku-buku yang digunakan sehari-hari PT Pegadaian UPC (Unit Pembantu Cabang) Karangklesem antara lain :

- a. Buku perincian uang
- b. Rekapitulasi kasir
- c. Rekening koran
- d. Kas kecil

- e. Kas besar
- f. Buku kas

#### **4.1.9. Prosedur Angsuran atau Gadai Ulang**

Pada dasarnya pegadaian menggunakan sistem online, jadi apabila mau menggadai ulang, mencicil uang pinjaman dan melunasi dapat dibayarkan di Pegadaian dimana saja . Tetapi khusus melunasi barang tetap berada di Pegadaian yang sebelumnya menggadai barang disana. Berikut prosedur pencicilan atau gadai ulang di Pegadaian :

- a. Nasabah datang ke loket kasir sambil menunjukkan SBK yang akan dicicil atau di gadai ulang, kasir menghitung besarnya bunga yang harus dibayar apabila digadai ulang, sedangkan ditambah uang untuk mencicil apabila nasabah hendak melakukan pencicilan pinjaman.
- b. Kasir memberikan SBK yang disertai kitir (struk yang didalamnya ada tanggal jatuh tempo dan sisa pinjaman yang harus dibayar nasabah ketika hendak melakukan pencicilan atau gadai ulang.

#### **4.1.10. Prosedur Pelunasan**

Sesuai dengan syarat yang telah ditentukan pada waktu pemberian pinjaman, nasabah mempunyai kewajiban melunasi pinjaman yang telah diterima. Pada dasarnya, nasabah dapat melunasi kewajibannya setiap saat tanpa harus mengundur jatuh tempo pelunasan pinjaman beserta sewa modalnya (bunga) dibayarkan langsung ke kasir disertai surat gadai. Setelah adanya pelunasan atau

penebusan yang disertai pemenuhan kewajiban nasabah yang lain nasabah dapat mengambil kembali barang yang digadaikan.

Prosedur pelunasan uang pinjaman dilakukan dengan cara sbb:

- a. Uang pinjaman dapat dilunasi setiap saat tanpa harus menunggu selesainya.
- b. Bila nasabah telah memiliki uang dan bermaksud akan melunasi pinjaman dan bermaksud akan menebus barang yang digadaikan, dapat segera dilakukan kendatipun waktu pinjaman belum berakhir. Uang pinjaman tersebut dapat di setor dengan tebusan gadai dapat langsung disetor kepegadaian.
- c. Nasabah membayar kembali pinjaman beserta sewa modal (bunga) langsung kepada kasir disertai barang bukti surat gadai.
- d. Barang dikeluarkan oleh petugas penyimpanan barang jaminan.
- e. Barang yang digadaikan dikembalikan kepada nasabah.
- f. Dalam hal hingga batas akhir waktu gadai yang disepakati, nasabah tidak memenuhi kewajibannya dan belum menebus barang yang digadaikan, pegadaian akan segera melelang barang tersebut. Hasil lelang akan diberikan kepada nasabah, dan pegadaian memperhitungkan dari hasil lelang dengan uang pinjaman beserta sewa modal (bunga) dan biaya administrasi lelang. Selanjutnya sisa uang lelang diserahkan kepada nasabah yang disertai dengan rincian perhitungan.

#### **4.1.11. Lelang**

##### **1. Terjadinya Lelang**

Barang-barang yang dilelang adalah barang jaminan yang tidak ditebus sampai tanggal jatuh tempo. Jadi apabila sampai tanggal jatuh tempo atau batas waktu kredit, nasabah tidak mencicil, menggadai ulang ataupun melunasi barang jaminannya akan dilelang. Lelang dilakukan jika ada barang yang dilelang atau setiap bulan yaitu setelah tanggal jatuh tempo.

Pada waktu lelang mula-mula memakai harga taksiran kemudian menggunakan tawaran yang lebih tinggi. Jika harga lelang ternyata lebih rendah dari harga taksiran, ini dianggap sebagai kerugian bagi perusahaan. Barang-barang yang tidak laku dalam lelang menjadi milik negara. Jadi perusahaan cabang dan unit dituntut untuk mengusahakan agar barang-barang yang tidak dapat ditebus laku dalam lelang.

##### **2. Hak-hak Nasabah Setelah Barang Jaminan dilelang**

Dalam hal barang jaminan yang telah dilelang, maka nasabah masih berhak menerima uang kelebihan jika ada yaitu hasil penjualan dalam lelang setelah dikurangi biaya lelang. Termasuk didalam biaya lelang adalah dana sosial atau sering disebut uang miskin. Oleh cabang uang tersebut disetorkan kepada BUPLN (Badan Urusan Piutang Negara) yang berkedudukan di Semarang.

##### **3. Faktor-faktor Terjadinya Pelelangan**

Pelelangan dilakukan apabila terjadi hal-hal berikut:

- a. Pada saat masa pinjaman habis atau jatuh tempo, nasabah tidak bisa menebus barang yang digadaikan dan membayar kewajiban lainnya karena berbagai alasan.
- b. Pada saat masa pinjaman habis atau jatuh tempo, nasabah tidak memperpanjang batas waktu pinjamannya karena berbagai alasan. Hasil pelelangan akan digunakan untuk melunasi seluruh kewajiban nasabah kepada perum pegadaian yang terdiri dari:
  - 1) Pokok pinjaman
  - 2) Sewa modal atau bunga
  - 3) Biaya lelang
  - 4) Tidak Laku/lebih rendah dari taksiran dibeli pemerintah, kerugian ditanggung perum pegadaian
- c. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

#### **4.2. Deskripsi Data Penelitian**

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil – hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 4.2.1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden atau nasabah Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang adalah sebagai berikut.

**Table 4.1**

#### **Jenis Kelamin Responden**

L/P	Jumlah	Persentase
Laki – laki	10	10,10%
Perempuan	89	89,90%
Jumlah	99	100%

*Sumber : Data mentah diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah unit cabang Pegadaian Syariah Kuala Simpang yang diambil sebagai responden, menunjukkan bahwa 10 atau 10,10% adalah responden laki –laki dan 89 atau 89,90% adalah responden perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar dari nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang adalah perempuan.

#### 4.2.2. Umur Responden

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi lima kategori, yaitu umur 20 – 30 tahun, 31 – 40 tahun, 41 – 50 tahun, 51 – 60 tahun, dan 61 – 70 tahun. Adapun data mengenai umur nasabah Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Umur Responden**

Umur	Jumlah	Persentase %
20-30 tahun	13	13,13%
31-40 tahun	42	42,42%
41-50 tahun	28	28,29%
51-60 tahun	10	10,10%
61-70 tahun	6	6,06%
Total	99	100%

*Sumber : Data mentah diolah*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simang sebagian besar berumur 31-40 tahun, yaitu sebesar 42,42% responden, umur 20 - 30 tahun sebesar 13,13%, umur 41-50 tahun sebesar 28,29%, umur 51- 60 tahun sebesar 10,10% dan anggota yang berumur 61-70 sebesar 6,06%. Untuk itu, dapat disimpulkan bahwa umur 31-40 tahun mencapai 42,42% ini artinya nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simang mengalami usia yang sangat produktif untuk ikut serta dalam meningkatkan keputusan.

#### 4.2.3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai pendidikan responden nasabah unit cabang Pegadaian Syariah Kuala Simang adalah sebagai berikut :

**Table 4.3**  
**Pendidikan Responden**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase %</b>
SD/Sederajat	19	19,19%
SMP/Sederajat	20	20,20%
SMA/Sederajat	54	54,55%
Diploma	2	2,02%
S1/S2/S3	4	4,04%
Total	99	100%

*Sumber : Data Mentah diolah*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas memperlihatkan bahwa nasabah unit cabang Pegadaian Syariah Kuala Simpang yang diambil sebagai responden sebagian besar berpendidikan SMA/Sederajat. Berdasarkan pada tabel tersebut, memberikan informasi bahwa responden adalah berpendidikan SD sebanyak 19 orang atau 19,19% , kemudian sebanyak 20 orang atau 20,20% berpendidikan SMP, yang berpendidikan SMA/Sederajat yaitu sebanyak 54 orang atau 54,54 % , kemudian sebanyak 2 orang atau 2,02 % berpendidikan diploma dan sisanya 4 orang atau 4,04 % berpendidikan S1/S2/S3.

#### 4.2.4. Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah unit cabang Pegadaian Syariah Kuala Simpang adalah sebagai berikut :

**Table 4.4**  
**Pekerjaan Responden**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase %</b>
Pelajar/ Mahasiswa	1	1,01%
Pegawai Swasta	5	5,05%
Wiraswasta	20	20,20%
Pegawai Negeri	4	4,04%
Tidak Bekerja/ ibu rumah tangga	67	67,77%
Total	99	100

*Sumber : Data mentah diolah*

Dalam hal ini tidak bekerja/ibu rumah tangga memiliki jumlah yang banyak yaitu sebesar 67,77%, wiraswasta sebesar 20,20%, pegawai swasta 5,05% dan pegawai negeri 4,04%. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa responden nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang bekerja sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 67,77%, sehingga menunjukkan bahwa dengan tidak bekerja/ibu rumah tangga tetap dapat ikut serta dalam meningkatkan keputusan.

### **4.3. Uji Persyaratan Analisis**

#### **4.3.1. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan pengujian melalui SPSS yang bertujuan untuk melihat valid tidaknya suatu instrument. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *Pearson Product-Moment*, yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi  $r_{hitung}$  dengan nilai kritis  $r_{tabel}$ . Berdasarkan tara signifikan 5% dengan menggunakan antuan komputer program SPSS versi 23.

Jika koefisien korelasi  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir – butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan  $N = 99$  dan  $df = N - 2$  dan tingkat signifikansi 5% didapatkan  $r_{tabel} = 0,1975$ . Apabila nilai korelasi di atas 0,1975 maka sampel dalam penelitian dianggap sudah mencukupi dan layak dianalisis lebih lanjut.

**Table 4.5**

**Hasil Uji Validitas**

No Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
<b>Pelayanan</b>			
X1.1	0,644	0,1975	Valid
X1.2	0,428	0,1975	Valid
X1.3	0,526	0,1975	Valid
X1.4	0,616	0,1975	Valid
X1.5	0,696	0,1975	Valid
X1.6	0,229	0,1975	Valid
X1.7	0,628	0,1975	Valid
X1.8	0,660	0,1975	Valid
X1.9	0,498	0,1975	Valid
X1.10	0,532	0,1975	Valid
<b>Promosi</b>			
X2.1	0,551	0,1975	Valid
X2.2	0,586	0,1975	Valid
X2.3	0,732	0,1975	Valid
X2.4	0,483	0,1975	Valid
X2.5	0,434	0,1975	Valid
<b>Keputusan Nasabah</b>			
Y.1	0,453	0,1975	Valid
Y.2	0,509	0,1975	Valid
Y.3	0,550	0,1975	Valid
Y.4	0,562	0,1975	Valid
Y.5	0,446	0,1975	Valid

Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{tabel} = 0,1975$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen baik dari pertanyaan dan pernyataan variabel pelayanan, promosi dan keputusan nasabah dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian. Artinya semua pernyataan dan pertanyaan yang dicantumkan dalam kuesioner mampu mengungkapkan variabel pelayanan, promosi dan keputusan nasabah.

#### 4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan SPSS dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Jika nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*)  $> 0,60$  maka instrument memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrument adalah reliable atau terpercaya.<sup>83</sup>

**Table 4.6**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Probabilitas</b>	<b>Keterangan</b>
Pelayanan	0,725	$> 0,60$	Reliabel
Promosi	0,710	$> 0,60$	Reliabel
Keputusan Nasabah	0,661	$> 0,60$	Reliabel

---

<sup>83</sup>*Ibid*, h. 83.

Dari hasil uji reliabilitas dapat diketahui seluruh nilai *Cronbach' Alpha* lebih besar dari nilai probabilitas yang telah ditentukan yaitu 0,06, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban dari butir-butir pertanyaan dan pernyataan mengenai pelayanan, promosi, dan keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang merupakan jawaban pertanyaan dan pernyataan yang reliabel atau handal. Artinya jawaban pertanyaan dan pernyataan pelayanan, promosi dan keputusan nasabah konsisten dan stabil.

#### **4.4. Uji Asumsi Klasik**

##### **4.4.1. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *KolmogorovSmirnov* (K-S). Uji K-S dilakukan dengan menggunakan hipotesis:<sup>84</sup>

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Dengan pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika probabilitas (nilai sig) > 0,05 maka Ho diterima
2. Jika probabilitas (nilai sig) < 0,05 maka Ho ditolak

Data adalah normal jika pada uji *Kolmogorov Smirnov* nilai (Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05) maka Ho diterima, yaitu data berdistribusi normal. Jika pada uji

---

<sup>84</sup> Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 170.

*Kolmogorov Smirnov* nilai (Asymp. Sig (2-tailed) < 0,05) maka  $H_0$  ditolak yaitu, data tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.75174409
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.072
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Data diolah, 2020

Adapun hasil dari pengujian uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0,200. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari nilai 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dengan menerima  $H_0$ . Artinya data residual berdistribusi normal.

#### 4.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi

varian (*Variance Inflasi Factor/VIF*), yang tidak melebihi 4 atau 5 dan melihat dari nilai *tolerance*.<sup>85</sup> Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
		1	X1	.633	.565	.492
	X2	.494	.377	.292	.879	1.137

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil uji multikolinearitas (uji VIF) pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa kedua variabel independen yakni pelayanan dan promosi memiliki nilai VIF dalam batas toleransi yang telah ditentukan yaitu tidak melebihi 4 atau 5, Sedangkan nilai *tolerance* dari variabel pelayanan yaitu sebesar 0,879, dan dari variabel promosi yaitu sebesar 0,879, dari hasil kedua variabel independent tersebut, nilainya diatas 0,01 atau  $Tolerance > 0,01$ , yang berarti dapat disimpulkan dari melihat nilai VIF dan nilai *tolerance* pada uji multikoliniearitas diatas bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Artinya tidak terjadi korelasi antar variabel independen, yang mana diketahui bahwa model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

---

<sup>85</sup>*Ibid*, h. 170.

#### 4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Adapun dalam pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signiikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

**Tabel 4.9**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.355	1.070		-.332	.740
	X1	.006	.027	.026	.241	.810
	X2	.037	.043	.093	.861	.392

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Dari tabel 4.12 maka dapat kita lihat merupakan tabel *output* “*Coefficients*” dari hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser, dengan variabel Abs\_RES berperan sebagai variabel dependent. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signiikansi (Sig.) untuk variabel Pelayanan (X1) adalah 0,810, sementara itu untuk nilai signiikansi variabel Promosi (X2) adalah 0,392. Karena nilai signiikansi variabel diatas lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar

pengambilan keputusan dalam uji glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas dalam model regresi.

#### 4.4.4. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada period ke  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t - 1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W):<sup>86</sup>

- a. Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b. Jika nilai D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika nilai D-W di atas +2 berarti ada korelasi negatif.

Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

#### Hasil Uji Autokorelasi

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.485 <sup>a</sup>	45.290	2	96	.000	1.962

Sumber: Data diolah, 2020

Dari tabel 4.13 terlihat bahwa nilai Durbin Watson adalah 1,962 yang berarti tidak kurang atau melebihi dari nilai yang telah ditetapkan yaitu Durbin Watson diantara -2 sampai +2. Artinya model regresi linear tidak ada

<sup>86</sup>*Ibid*, h. 173.

autokorelasi, yang mana diketahui bahwa model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.5. Analisis Regresi Berganda

Hasil analisis regresi berganda pada pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kuala Simpang dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel 4.11**

#### Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.472	1.732	
X1	.293	.044	.524
X2	.276	.069	.311

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan pengelolaan hasil output diatas diperoleh persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$

$$Y = 2,472 + 0,293_{(X1)} + 0,276_{(X2)} + 0,05$$

Keterangan:

- 1) Y : Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah
- 2)  $\alpha$  : Konstanta
- 3)  $b_1 b_2$  : Koefisien korelasi ganda

4)  $x_1$  : Pelayanan

5)  $x_2$  : Promosi

6)  $e$  (*epsilon*) : Tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

Adapun interpretasi dari persamaan regresi berganda diatas adalah sebagai berikut :

1.  $a$  atau konstanta sebesar 2,472 artinya apabila variabel pelayanan dan promosi sama dengan nol atau tetap, maka skor keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah sebesar 2,472.
2. Koefisien regresi variabel pelayanan bernilai positif. Apabila skor pelayanan meningkat satu satuan, maka skor keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah sebesar 0,293.
3. Koefisien regresi variabel promosi bernilai positif. Apabila skor pelayanan meningkat satu satuan, maka skor keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah sebesar 0,276.

Variabel independen yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen dapat dilihat dari nilai koefisien regresi. Semakin besar nilai koefisien regresi maka semakin dominan variabel tersebut berpengaruh. Dilihat dari kedua variabel independen diatas, variabel yang memiliki nilai koefisien regresi paling besar adalah variabel pelayanan dengan nilai sebesar 0,293. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

#### 4.5.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t yaitu untuk menguji hipotesa secara parsial pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kuala Simpang. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha$  (5 %).

Dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>87</sup>

- a. Jika nilai Sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima

Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

#### Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.472	1.732		1.427	.157
X1	.293	.044	.524	6.717	.000
X2	.276	.069	.311	3.989	.000

Sumber: Data diolah, 2020

Dari gambar sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

Ho<sub>1</sub>: Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

<sup>87</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 89.

$H_{a1}$ : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang dengan menggunakan program SPSS terlihat bahwa nilai probabilitas pelayanan (Sig) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai Sig  $(0,000) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

- b. Pengaruh promosi terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

$H_{o2}$ : Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

$H_{a2}$ : Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang dengan menggunakan program SPSS terlihat bahwa nilai probabilitas promosi (Sig) adalah sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai Sig  $(0,000) < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

#### **4.5.2.Uji F (Uji Simultan)**

Uji F yaitu untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara

bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:<sup>88</sup>

- a. Jika nilai Sig < 0,05 maka Ho ditolak
- b. Jika nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima

Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	52.255	2	26.127	45.290	.000 <sup>b</sup>
Residual	55.382	96	.577		
Total	107.636	98			

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.13 terlihat bahwa nilai F dengan probabilitas Sig 0,000 < 0,05. Dengan demikian Ho ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

#### **4.5.3. Koefisien Determinasi (*R-Square*)**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi nilai variabel dependen. Koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan nilai *R-Square*. Adapun hasil dari pengujiannya adalah sebagai berikut:

---

<sup>88</sup>*Ibid*, h. 88.

Tabel 4.14

## Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 <sup>a</sup>	.485	.475	.75953

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan uji determinasi didapatkan nilai *R-Square* sebesar 0,485 hal ini berarti bahwa 48,5% variasi keputusan nasabah ditentukan oleh peran dari variasi nilai pelayanan dan promosi. Sedangkan sisanya (100% - 48,5% = 51,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model persamaan pada penelitian ini.

#### 4.6. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang, baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil pembahasan penelitian ini secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

##### 4.6.1. Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang

Hipotesis pertama yang menyatakan  $H_{a1}$  = diduga ada pengaruh variabel pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah. Dari tabel 4.15 diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 6,717 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk nilai signifikansi pelayanan sebesar 0,000 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti bahwa  $H_{o1}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel

pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Indikator - indikator yang termasuk dalam variabel pelayanan adalah: 1) kehandalan (*reliability*); 2) Daya Tanggap (*responsiveness*); penjelasan; 3) Jaminan (*assurance*); 4) empati (*emphay*); 5) bukti fisik (*tangibles*).

Berdasarkan teori Tjiptono yaitu pelayanan cenderung mendasari keputusan pembelian karena pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi akan dipresepsikan sebagai pelayanan yang ideal. Hal tersebut akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan jasa Pegadaian Syariah. Dan sebaliknya jika pelayanan yang dinilai buruk akan dipresepsikan sebagai pelayanan yang buruk. Jika dianggap buruk maka nasabah akan enggan dan tidak tertarik dengan Pegadaian Syariah.<sup>89</sup>

Pegadaian Syariah adalah perusahaan yang utamanya menawarkan jasa, pelayanan yang diberikan merupakan hal yang penting yang diperhatikan oleh nasabah. Nasabah akan cenderung memilih lembaga keuangan yang pelayanannya tepat waktu dan cepat, selain itu juga yang memiliki kantor nyaman dan fasilitas yang memadai seperti ruang tunggu yang nyaman yang dilengkapi ac, kamar mandi dan lain-lain.

Berdasarkan Weenas pada umumnya konsumen memilih pemasar yang dirasa nyaman dalam berkomunikasi, bahkan disaat adanya pertanyaan dan kesulitan dari konsumen yang ingin mencari tahu lebih tentang produk yang akan dibeli. Ramah, bersahabat, siap melayani dan mampu memberikan informasi

---

<sup>89</sup> Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : Andi Ofiest, 2006), h.59.

merupakan sikap yang dibutuhkan konsumen sehingga tindakan ini dapat mendorong konsumen untuk memutuskan membeli.<sup>90</sup>

Salah satu hal yang diperhatikan nasabah perbankan dan lembaga keuangan adalah para pegawainya. Pegawai yang berpenampilan rapi, sopan dan ramah kepada nasabah serta memiliki kecakapan dalam melayani maupun mengatasi kesulitan nasabah tentu menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah. Pegawai yang memiliki kecakapan dalam pelayanan dan pengetahuan produk yang baik akan membantu nasabah dengan memberikan informasi yang dibutuhkan dan mengatasi kesulitan maupun keluhan nasabah dengan baik.

#### **4.6.2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kuala Sim pang**

Hipotesis kedua yang menyatakan  $H_{a2}$  = diduga ada pengaruh variabel promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah. Dari tabel 4.15 diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 3,989 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk nilai signifikansi pelayanan sebesar 0,000 nilai ini dibawah nilai alpha 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  hal ini berarti bahwa  $H_{o2}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel berpengaruh berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah.

Indikator - indikator yang termasuk dalam variabel promosi adalah: 1) periklanan; 2) promosi penjualan; 3) hubungan masyarakat dan publisitas; 4)

---

<sup>90</sup> Jackson Weenas, *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, Jurnal EMBA: Vol. 1, No.4, h. 617.

penjualan personal; 5) pemasaran langsung. Promosi yang tepat dan sesuai perilaku konsumen merupakan hal penting dalam pemasaran produk. Jika pemasaran suatu produk tidak dilakukan dengan promosi yang tepat maka akan sulit untuk menaikkan angka penjualan produk. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani yaitu promosi merupakan bagian dari *marketing mix* yang memiliki peran untuk memasarkan produk, dalam promosi terdapat 2 unsur penting yaitu sebagai alat komunikasi dengan konsumen dan sebagai alat untuk mempengaruhi dan menarik minat konsumen terhadap produk yang dipasarkan.<sup>91</sup>

Berdasarkan teori Swasta yaitu konsumen biasanya akan mencari informasi terlebih dahulu terkait produk yang ingin dibeli. Informasi yang didapat tersebut yang akan mendorong konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, antara membeli atau tidak membeli. Informasi yang di berikan oleh pihak pemasar dalam bentuk iklan yang terdapat dimedia cetak, media elektronik maupun media lainnya akan mempengaruhi sikap konsumen.<sup>92</sup>

Iklan dimedia cetak maupun internet yang dibuat oleh pemasar akan mendorong terciptanya keputusan pembelian dari konsumen. Semakin baik iklan yang dilakukan akan semakin meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen, sehingga akan mendorong keputusan pembelian. Iklan di internet seperti di media sosial maupun iklan di website-website tertentu terkadang

---

<sup>91</sup> Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2009), h. 120.

<sup>92</sup> Swasta Basu, dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. ( Yogyakarta : Liberty, 1990), h. 23.

menjadi hal yang membuat nasabah melakukan keputusan pembelian. Iklan di masa kini lebih banyak menggunakan internet karena kebanyakan masyarakat adalah pengguna internet. Iklan di media cetak seperti koran, brosur, baliho dan lain-lain juga membuat nasabah lebih mengenal produk pegadaian syariah. Adanya iklan akan membuat nasabah mengetahui pegadaian syariah dan produk-produknya. Selain itu, nasabah juga akan mengetahui keunggulan dari produk-produk Pegadaian Syariah.

Para nasabah pada umumnya juga akan tertarik pada promo hadiah yang diberikan. Promo undian hadiah yang menarik akan mendorong nasabah menggunakan produk pegadaian syariah. Pegadaian syariah sendiri sering mengadakan undian hadiah seperti hadiah umroh, emas, mobil dan alat elektronik dalam event-event tertentu. Nasabah cenderung menilai menggunakan produk pegadaian syariah menguntungkan, karena selain mendapatkan pinjaman yang mereka butuhkan dengan proses dan syarat yang mudah, mereka juga berkesempatan untuk memenangkan hadiah.

Selain itu dengan adanya potongan harga juga menjadi salah satu hal yang dipertimbangkan dibalik keputusan nasabah. Pegadaian Syariah sendiri terkadang juga memberikan potongan harga/biaya kepada para nasabah disaat moment tertentu seperti saat akhir tahun, menjelang lebaran dan moment lainnya. Potongan biaya dapat berupa potongan biaya administrasi, biaya denda dan lain-lain. Bagi nasabah hal ini termasuk salah satu hal yang menguntungkan. Pemasaran langsung dimasyarakat juga dapat mendasari keputusan nasabah. Adanya pemasaran langsung yang dilakukan saat adanya acara-acara dimasyarakat maupun partisipasi pihak pegadaian dalam acara-acara tertentu

membuat masyarakat lebih mengenal bahkan tertarik menggunakan produk pegadaian syariah. Kemudian penjelasan yang diberikan oleh para pegawai terkait produk pegadaian terkadang juga membuat nasabah semakin yakin dan berminat menggunakan produk pegadaian syariah.

Pada umumnya seorang konsumen sebelum memutuskan untuk membeli/menggunakan sebuah produk akan mencari informasi terlebih dahulu. Tidak jarang nasabah mendatangi kantor pegadaian syariah untuk mencari informasi terkait produk yang mereka butuhkan. Saat itulah, para pegawai menjelaskan tentang detail produk seperti bagaimana syarat dan ketentuan, bagaimana prosesnya dan apa kelebihanannya. Penjelasan oleh pegawai secara langsung secara jelas dan detail membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan produk pegadaian syariah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1.Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.
2. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.
3. Secara bersama-sama pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan keputusan menggunakan jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang.

#### **1.2.Saran**

1. Bagi Pegadaian Syariah Kuala Simpang, agar dapat menyelesaikan keluhan-keluhan nasabah, dengan memberikan motivasi kepada nasabah, sehingga daya tanggap akan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang harus dapat terus mempertahankan pelayanan dan promosi yang baik agar dapat menarik banyak masyarakat untuk menjadi nasabahnya.
2. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen yang mempengaruhi keputusan nasabah, yaitu seperti citra pegadaian, dengan demikian dapat memperkuat hasil penelitian yang ada.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperbanyak populasi dikarenakan para nasabah memiliki asumsi yang berbeda-beda tentang pelayanan dan promosi yang terdapat di Pegadaian Syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- A. Muri Yusuf. 2014. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Astuti, Septin, P. (2015). *Modul Praktikum Statistika*. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Azuar, Juliandi dan Irfan. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Budianto, Apri. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Ombak.
- Departemen Agama RI. 2008. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hadi, Muhammad Sholikul. 2003. *Pegadaian Syariah*. Jakarta: Salemba Diniyah.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*, Jakarta : Kencana.
- Kasmir. 2004. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2007. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2017. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Cetakan ke 18. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syarir Sula. 2006. *Syari'ah Marketing*. Bandung: PT. Mizan pustaka.
- Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. Molan, Benyamin (Penerjemah). 2007. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan). Jilid 1 Edisi ke-12*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Media.

- Morissan A.M. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Kencana.
- Muanas, Arief. 2014. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Rahayu, Sri. 2005. *Aplikasi SPSS Versi 12.00 dalam Riset Pemasaran*, (Bandung: Alfabeta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Administrasi (Metode R & D)*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2005. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wahjono, Imam Sentot. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

#### **Jurnal, Skripsi :**

- Ardhiyanti, Erma. 2016. *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung Mahasiswa FEBI IAIN*. Salatiga : IAIN Salatiga.
- Dwi Nur Sholichah. 2005. *Faktor-fakor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam Pegadaian Syari'ah Cabang Kusumanegara Yogyakarta*, dalam skripsi UIN Jogjakarta.
- Denziana, A., Indrayenti, dan Fatah, F. (2014). Corporate Financial Performance Effects Of Macro Economic Factors Against Stock Return. *Journal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 5, No. 2, 31.

- Hadijah, Siti. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5. No.1.
- Julita. 2001. *Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 01. No.01.
- Kinasih dan Suhermin. 2015. Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari Departemen Store Royal Plasa Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4. No.2.
- Koeswara, Sonny dan Muslimah, *Analisis Besarnya Pengaruh Kinerja Pelayanan (Service Peromance) Frontliner Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas PT. BCA, TBK Cabang Permata Buana Dengan Pendekatan Metode Regresi Linier Multiple*, dJurnal PASTI, Volume VIII NO 1.
- Kosasih dan Liu, *Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Populer Bakery*, Jurnal Hospitaly dan Manajemen Jasa, Vol. 3. No. 2. 2015.
- Raihanah Daulay, *Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Kota Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis: Vol. 10, No. 1. 2010.
- Ratnasari, Musliana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*, Skripsi (2016), Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Saputra, Randi dan Kasyful Mahalli, *Analisis Potensi dan Kendala Pengembangan Pegadaian Syariah Di Kota Medan*, Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Jurnal Ekonomi dan keuangan Vol.2 No.4
- Sari dan Sudardjat. 2013. Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1. No. 2.

- Sari, Meilinda dan Ilyda Sudardjat. *Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 No.2 Januari 2013.
- Sari, Rindang Lista, Silvya L. Mandey dan Agus Supandi Soegoto. *Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara*. Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Weenas, Jackson R.S. 2013. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Jurnal EMBA: Vol. 1, No.4, Hlm, 607-618.
- Widagdo, Herry. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol.1 No.1 September 2011.
- Wibowo, Muladi. *Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syari`ah*, Jurnal Dinamika Manajemen, Vol.1 No.1, 2010.
- Yuanita O.F. *Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabnag Pasar Kranji, Lamongan, Jawa Timur*. Skripsi IAIN Surakarta 2017.

**Lampiran 1**

**KUISIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang

Di tempat

Assalamualaikum wr.wb

Dengan hormat, berkenaan dengan penyelesaian skripsi yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang “, saya

Nama : Riska Nuanda

NIM : 4012015187

Program study : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Memohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i nasabah Unit Pegadaian Syariah Kuala Simpang untuk mengisi kuesioner penelitian yang peneliti berikan. Seluruh informasi data yang Bapak/Ibu, Saudara/i berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian penelitian dan penulisan skripsi saya dan akan saya jamin kerahasiaannya hanya untuk kepentingan akademik. Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu’alaikum Wr.Wb

Hormat Saya

Riska Nuanda



Pilihlah jawaban yang menurut anda benar dengan menggunakan tanda Silang(X).

### Pelayanan

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Kemampuan Pelayanan Pegawai Pegadaian Syariah dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat waktu.				
2	Pegawai Pegadaian Syariah bersedia memberikan pelayanan yang terbaik.				
3	Karyawan Pegadaian Syariah memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.				
4	Karyawan Pegadaian Syariah memberikan perhatian kepada nasabah.				
5	Karyawan Pegadaian Syariah memberikan informasi yang akurat kepada nasabah.				
6	Karyawan Pegadaian Syariah siap untuk membantu dan menanggapi permintaan nasabah.				
7	Karyawan Pegadaian Syariah memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah dan mampu membangkitkan kepercayaan kepada nasabah.				
8	Karyawan Pegadaian Syariah sangat memperhatikan kepentingan nasabah dan memahami kebutuhan nasabah.				
9	Penampilan karyawan Pegadaian Syariah selalu bersih dan rapi.				
10	Karyawan Pegadaian Syariah bersikap ramah dan sopan.				

### Promosi

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui dan tertarik memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang melalui iklan di media cetak atau media elektronik.				
2	Saya tertarik memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang karena pemberian cenderamata serta hadiah yang				

	diberikan Pegadaian Syariah kepada nasabah.				
3	Saya tertarik memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang karena publisitas yang dilakukan Pegadaian Syariah melalui kegiatan pameran lelang, bakti sosial dan kegiatan lain yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang.				
4	Saya mengetahui produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang melalui penjualan personal atau perorangan				
5	Saya mengetahui dan tertarik memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang karena promosi secara langsung yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.				

**Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya membutuhkan pinjaman dengan memilih produk gadai (rahn) untuk mencukupi kebutuhan modal kerja, dan kebutuhan sehari-hari.				
2.	Saya mencari informasi yang selengkap-lengkapnyanya di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.				
3.	Saya akan melakukan pertimbangan dahulu sebelum memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.				
4.	Setelah mencari informasi yang lengkap, dan melakukan berbagai pertimbangan saya memutuskan untuk memilih produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.				
5.	Bertransaksi di Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang sesuai dengan syariat islam sehingga suatu saat nanti saya akan kembali mengambil produk gadai (rahn) di Pegadaian Syariah cabang Kuala Simpang.				

### **Lampiran 3**

#### **Daftar Pertanyaan Untuk Manager Pegadaian Syariah Kuala Simpang**

#### **DATA YANG DIBUTUHKAN**

1. Data jumlah seluruh nasabah gadai (rahn) periode 2017-2019
2. Profil Pegadaian Syariah
3. Prosedur gadai (rahn), syarat gadai (rahn).

#### **PEDOMAN PERTANYAAN**

1. Untuk gambaran umumnya Pegadaian Syariah Kuala Simpang Bertepatan di jalan apa ya bapak/ibu ? ( Pegadaian Syariah Kuala Simpang Bertepatan di jalan Cut Nyak Dhien Kuala Simpang )
2. Berdirinya Pegadaian Kuala Simpang pada tahun berapa ? ( Pegadaian Kuala Simpang berdiri pada tahun 1901 di Kuala Simpang dan berubah jadi syariah pada tahun 2003 atas permintaan Gubernur Aceh pada saat itu )
3. Produk yang ada di Pegadaian Syariah apa saja bapak/ibu?  
( Untuk produk yang ada pada Pegadaian Syariah Kuala Simpang yaitu : Gadai Emas/Gadai ( Rahn), Arrum BPKB, Arrum Mulia, Amanah, Multi Pembayaran Online (MPO), Mulia, Tabungan Emas, dan Arrum Haji )
4. Jumlah nasabah produk gadai (rahn) tahun 2017 sampai 2019 berapa ya bapak/ibu ? ( Untuk Jumlah nasabah Pegadaian Syariah Kuala Simpang pada tahun 2019 yaitu 12.050 nasabah sedangkan 3 tahun terakhir 2017 sampai 2018 yaitu: Tahun 2017 berjumlah 10.193 nasabah, 2018 berjumlah 9.983 nasabah, dan tahun 2019 berjumlah 12.050 nasabah)
5. Pangsa pasarnya bagaimana, apakah sudah mencapai target atau belum ? mayoritas muslim/non muslim ? ( Untuk tahun ini targetnya belum tercapai, karena tahun ini kan belum berakhir, tetapi sudah mendekati. Dan untuk

nasabahnya mayoritas muslim karena di sini mayoritas orang muslim, dan kalau yang non muslim juga ada beberapa )

6. Prosedur produk gadai (rahn) bagaimana bapak/ibu ? syaratnya apa saja, adakah biaya administrasi ? ( Untuk syarat gadai (rahn) syaratnya nasabah hanya membawa barang yang akan digadai beserta dengan foto copy KTP dan bukti KTP asli )
7. Angsurannya bagaimana apakah lancar/tidak ? ( Untuk angsuran sebagian lancar dan untuk yang macet atau bermasalah biasanya ditanggulangi oleh tim mikro kita )
8. Nasabah paling berminat itu produk apa ? ( Saat ini nasabah paling berminat produk gadai (rahn) yang paling utama dan paling banyak, setelah itu pembelian kendaraan bermotor ( Amanah ), Arrum BPKB dan juga tabungan emas )
9. Alamat websitenya ada tidak bapak/ibu ? kalau ada apakah setiap tahun up date terus? sehingga dapat memudahkan nasabah melihat /mencari informasi. ( Untuk alamat websitenya yaitu [www.pegadaisyariah.co.id](http://www.pegadaisyariah.co.id) dan selalu di update setiap saat bahkan setiap hari karena harga emas selalu di update dan berubah setiap harinya )
10. Rata-rata nasabah Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang berpendidikan apa ya bapak/ibu ? ( Kalau untuk pendidikan rata-rata nasabah berpendidikan SMA ( Sekolah Menengah Pertama ) dan yang paling rendah adalah SD ( Sekolah Dasar )
11. Untuk apa saja uang hasil gadai atau pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah itu digunakan ? (Biasanya nasabah menggunakan uang hasil gadai atau pembiayaan tersebut untuk modal usaha dan kebutuhan hidup sehari-hari)

Lampiran 2: Deskripsi Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin		Umur	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan
		Pr	Lk				
1	Kamaruddin		Lk	22 Tahun	SMA	Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
2	Ulfatul Hasanah	Pr		37 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
3	Mahdalena	Pr		43 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
4	Sari Wulan	Pr		27 Tahun	Diploma	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
5	Yusnita Wati	Pr		36 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
6	Ainun Mardiah	Pr		44 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
7	Turatini	Pr		62 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
8	Trissia Alfianni	Pr		25 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
9	Marlinda	Pr		33 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
10	Jasmani		Lk	48 Tahun	SD	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
11	Herawati	Pr		38 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
12	Warni	Pr		42 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
13	Fani Desliana	Pr		36 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
14	Arintawati	Pr		44 Tahun	SMA	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
15	Irayawati	Pr		53 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
16	Desi Rahayu	Pr		42 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
17	Rusli		Lk	65 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
18	Musiyem	Pr		48 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
19	Endang Ismawati	Pr		42 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
20	Suriyani	Pr		45 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
21	Supriani	Pr		48 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
22	Holila	Pr		38 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
23	Sri Purwaningsih	Pr		32 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
24	Deva Susanti	Pr		30 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
25	Dahriani	Pr		38 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
26	Herniati	Pr		34 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
27	Nurhayati	Pr		54 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
28	Zainab	Pr		60 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
29	Etvi Elia	Pr		46 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
30	Srinaton	Pr		56 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
31	Irayani	Pr		43 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
32	Kasmin		Lk	41 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
33	Sri Yusniarty	Pr		59 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
34	Rapida Masyura	Pr		45 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
35	Nuryani	Pr		34 Tahun	SD	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
36	Helmi Yuslinda		Lk	41 Tahun	SMA	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
37	Ida Fitri Rahayu	Pr		35 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
38	Sumiati	Pr		63 Tahun	SD	Wiraswasta	< Rp. 1.000.000
39	Rismawati	Pr		63 Tahun	SD	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
40	Desmawati	Pr		35 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
41	Tiara Utami	Pr		24 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
42	Ratna Wati S	Pr		43 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
43	Supriati	Pr		43 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
44	Khairani	Pr		42 Tahun	SMA	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
45	Yulianda Sari	Pr		32 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
46	Rapiah	Pr		43 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
47	Husmifadila	Pr		40 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
48	Nurazemi		Lk	37 Tahun	SMA	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
49	Endra Yani	Pr		28 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
50	Nurhayati G	Pr		42 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
51	Masrubiah	Pr		27 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
52	Rosmiati	Pr		53 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
53	Legiem	Pr		31 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
54	Agustiono		Lk	37 Tahun	SMA	Pegawai Negeri	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
55	Susanti	Pr		30 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
56	Sumiati	Pr		39 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000

57	Majriani	Pr		33 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
58	Yustina	Pr		42 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
59	Srinati	Pr		34 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
60	Hadizah	Pr		56 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
61	Ira Wahyuni	Pr		36 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
62	Sri Hayati	Pr		32 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
63	Dedek Sumi	Pr		43 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 5.000.000
64	Rahmawati	Pr		42 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
65	Legiati	Pr		33 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
66	Neli Hartuti	Pr		32 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
67	Kasmawati	Pr		35 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
68	Painton	Pr		44 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
69	Nurmawati	Pr		38 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
70	Sunniah	Pr		30 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
71	Tumila	Pr		32 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
72	Sriwati	Pr		35 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
73	Liana	Pr		37 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
74	Aisah	Pr		28 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
75	Tukiyem S	Pr		50 tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
76	Tukiyem T	Pr		55 tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
77	Surya		Lk	37 Tahun	SD	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
78	Muliana	Pr		70 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
79	Fitriani	Pr		35 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
80	Mariamah	Pr		29 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
81	Mahnar	Pr		34 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
82	Sri Melati	Pr		30 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
83	Nisa Farida	Pr		38 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 1.000.000
84	Nur Fadila	Pr		32 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
85	Ahmad		Lk	49 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
86	Leginah	Pr		37 Tahun	SMA	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 5.000.000
87	Sumiati A	Pr		31 Tahun	SD	Wiraswasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
88	Absah	Pr		66 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
89	Hendriani	Pr		58 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
90	Maniyem	Pr		46 Tahun	SMP	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 4.000.000 - Rp. 5.000.000
91	Nora Siska Putri	Pr		21 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
92	Nurbaiti	Pr		34 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
93	Hallimatun	Pr		33 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
94	Salbiah	Pr		36 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
95	Rubiah	Pr		38 Tahun	SMP	Wiraswasta	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
96	Rosnani	Pr		40 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000
97	Syamsinar	Pr		42 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
98	Mahanim	Pr		52 Tahun	SD	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000
99	Suriyanto		Lk	37 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	> Rp. 2.500.000 - Rp. 4.000.000

Lampiran 5 : Data Tabulasi Responden

Res N	Pelayanan (X1)											Promosi (X2)						Keputusan Nasabah (Y)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
6	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
11	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	4	19
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
13	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19
14	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	4	18
16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	3	18
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18
19	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	17
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19
23	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	18
24	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19
26	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	4	18
29	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
33	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19

34	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37	3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	3	18
35	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	35	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
36	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
38	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
39	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	3	18
40	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
43	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	3	19	3	4	3	4	4	18
44	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
46	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	37	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
50	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	3	4	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
53	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18
55	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
56	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	2	4	4	4	18
58	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	3	4	3	3	4	17	4	4	4	4	3	19
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
64	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	18
65	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
66	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	4	18
67	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38	4	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	19
68	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
69	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19

71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
74	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	36	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	4	19
75	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	4	19
77	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	37	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	4	18
79	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	3	3	4	4	4	18	3	4	4	4	3	18
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	17
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19
86	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	3	19	3	3	4	4	4	18
87	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	3	19
89	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
91	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	4	18
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	3	19
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19
96	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
97	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37	4	2	3	3	3	15	3	3	3	4	4	17
98	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	4	18
99	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20



X1.6	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	-.233*	-.015	-.022	-.061	-.187	1	.130	.088	.281**	-.156	.229*
		.020	.885	.832	.551	.064		.198	.388	.005	.122	.022
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.7	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.368**	.277**	.314**	.014	.253*	.130	1	.862**	.267**	.026	.628**
		.000	.005	.002	.892	.012	.198		.000	.008	.799	.000
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.8	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.385**	.196	.389**	.056	.326**	.088	.862**	1	.333**	.068	.660**
		.000	.052	.000	.580	.001	.388	.000		.001	.503	.000
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.9	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.063	.196	.184	.153	.045	.281**	.267**	.333**	1	.267**	.498**
		.537	.052	.069	.132	.656	.005	.008	.001		.008	.000
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.10	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.368**	.152	.039	.615**	.586**	-.156	.026	.068	.267**	1	.532**
		.000	.133	.702	.000	.000	.122	.799	.503	.008		.000
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.644**	.428**	.526**	.616**	.696**	.229*	.628**	.660**	.498**	.532**	1
		.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.000	.000	
		99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Promosi

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.059	.400**	.014	.118	.551**
	Sig. (2-tailed)		.560	.000	.888	.244	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.059	1	.347**	.177	.034	.586**
	Sig. (2-tailed)	.560		.000	.079	.738	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.400**	.347**	1	.116	.080	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.253	.434	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.014	.177	.116	1	.048	.483**
	Sig. (2-tailed)	.888	.079	.253		.637	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	.118	.034	.080	.048	1	.434**
	Sig. (2-tailed)	.244	.738	.434	.637		.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2	Pearson Correlation	.551**	.586**	.732**	.483**	.434**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Keputusan Nasabah

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.226*	-.003	-.117	.051	.453**
	Sig. (2-tailed)		.024	.980	.247	.613	.000
	N	99	99	99	99	99	99
Y.2	Pearson Correlation	.226*	1	-.014	-.065	.113	.509**
	Sig. (2-tailed)	.024		.891	.520	.266	.000
	N	99	99	99	99	99	99
Y.3	Pearson Correlation	-.003	-.014	1	.649**	-.168	.550**
	Sig. (2-tailed)	.980	.891		.000	.097	.000
	N	99	99	99	99	99	99

Y.4	Pearson Correlation	-.117	-.065	.649**	1	.014	.562**
	Sig. (2-tailed)	.247	.520	.000		.894	.000
	N	99	99	99	99	99	99
Y.5	Pearson Correlation	.051	.113	-.168	.014	1	.446**
	Sig. (2-tailed)	.613	.266	.097	.894		.000
	N	99	99	99	99	99	99
Y	Pearson Correlation	.453**	.509**	.550**	.562**	.446**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## RELIABILITAS

### Pelayanan

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	11

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	73.1717	12.225	.571	.691
X1.2	73.0101	13.357	.373	.717
X1.3	73.0707	12.883	.458	.707
X1.4	73.0909	12.573	.553	.698
X1.5	73.1010	12.316	.642	.690

X1.6	73.3131	13.442	.092	.737
X1.7	73.0808	12.585	.568	.698
X1.8	73.0505	12.661	.611	.698
X1.9	73.0505	13.028	.434	.710
X1.10	73.0808	12.830	.462	.706
X1	38.4747	3.517	1.000	.707

## Promosi

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	33.8485	4.763	.425	.687
X2.2	33.8586	4.633	.453	.678
X2.3	34.0707	4.148	.610	.633
X2.4	33.8990	4.826	.331	.702
X2.5	33.8687	4.952	.284	.712
X2	18.8384	1.402	1.000	.459

## Keputusan Nasabah

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	34.0808	3.789	.281	.653
Y.2	34.0404	3.672	.337	.639
Y.3	34.0808	3.626	.393	.626
Y.4	34.0707	3.617	.411	.623
Y.5	34.1818	3.742	.245	.663
Y	18.9394	1.098	1.000	.256

**Lampiran 5: Hasil Uji Asumsi Klasik**

**A. Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		99
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.75174409
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.050
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

**B. Uji Multikolinieritas Dengan Tolerance dan VIF**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	X1	.633	.565	.492	.879	1.137
	X2	.494	.377	.292	.879	1.137

- a. Dependent Variable: Y

### C. Heteroskedastisitas Glejser

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.355	1.070		-.332	.740
X1	.006	.027	.026	.241	.810
X2	.037	.043	.093	.861	.392

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### D. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.485 <sup>a</sup>	45.290	2	96	.000	1.962

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## Lampiran 6: Analisis Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.472	1.732	
	X1	.293	.044	.524
	X2	.276	.069	.311

a. Dependent Variable: Y

## Lampiran 7: Data Hasil Uji Hipotesa Penelitian

### A. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.472	1.732		1.427	.157
X1	.293	.044	.524	6.717	.000
X2	.276	.069	.311	3.989	.000

a. Dependent Variable: Y

### B. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.255	2	26.127	45.290	.000 <sup>b</sup>
	Residual	55.382	96	.577		
	Total	107.636	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

### C. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.697 <sup>a</sup>	.485	.475	.75953

a. Predictors: (Constant), X2, X1

**Lampiran 8: Dokumentasi**











**SURAT KEPUTUSAN  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA  
NOMOR 57 TAHUN 2020**

**T E N T A N G  
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;**

- Menimbang :**
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
  - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
  - c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat :**
1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
  2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
  3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
  4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
  5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
  6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
  7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
  8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan:** Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 29 Januari 2020.

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan :** Dr. Zulkarnaini, MA sebagai Pembimbing I dan Dr. Safwan Kamal, MEI sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama Riska Nuanda, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012015187, dengan Judul Skripsi : "Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang".
- Ketentuan :**
- a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
  - b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
  - c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
  - d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
  - e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
  - f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
  - g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
  - h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya. .

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Langsa  
Pada Tanggal : 07 Februari 2020 M  
13 Jumadil Tsani 1441 H



Dekan,

Iskandar

**Tembusan :**

1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
2. Pembimbing I dan II;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) LANGSA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Kampus Zawiyah Cot Kala Langsa, Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh Telp. 0641-22619/23129  
Fax. 0641-425139 Email: febi@iainlangsa.ac.id Telp. 0641-22619/23129 Fax. 0641-425139 :  
febi@iainlangsa.ac.id

Nomor : 145 /In.24/FEBI/PP.00.9/02/2020  
Lamp : -  
Perihal : **Permohonan Izin Meneliti**

Langsa, 28 Februari 2020

Kepada Yth,  
Pimpinan PT. Pegadaian Syariah  
Cabang Kuala Simpang  
di -  
Tempat , -

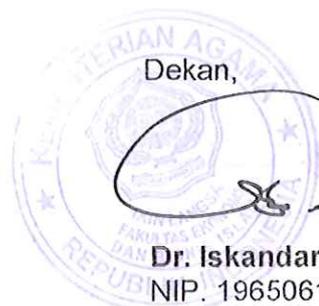
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.,*

Sehubungan dengan penyusunan Proposal Skripsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan ini kami mohon kesediaan dari instansi yang Bapak/Ibu pimpin untuk memberikan izin meneliti terhadap mahasiswa :

Nama : Riska Nuanda  
NIM : 4012015187  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Semester : X (Sepuluh)  
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kuala Simpang

Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kesediaannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Dekan,

Dr. Iskandar, MCL   
NIP. 19650616 199503 1 002



# Pegadaian

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor: 161/SKP 60031 / 2020

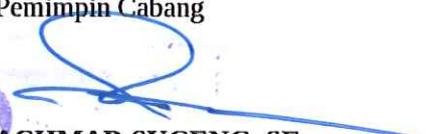
Saya yang bertanda tangan di bawah ini Pimpinan PT Pegadaian (Persero) CPS Kuala Simping menerangkan bahwa benar nama yang saya sebutkan di bawah ini :

Nama : Riska Nuanda  
Nim : 4012015187  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Telah melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) CPS Kuala Simping dari tanggal 1 Maret 2020 s/d 31 Mei 2020 dengan Predikat "BAIK".

Demikian Surat Keterangan ini Saya buat semoga dapat dipergunakan dengan baik.

Pemimpin Cabang

  
**ACHMAD SUGENG, SE**  
**NIK. P79048**  
**Pegadaian**  
Syariah