

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT
MASYARAKAT PADA PRODUK MULIA PERSONAL DI
PT. PEGADAIAN UPS KEJURUAN MUDA
(Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia
Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang)**

SKRIPSI

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



Oleh:

RISKA LESTARI
NIM 4012016175

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
LANGSA
1442 H/2021 M**

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK MULIA PERSONAL DI PT. PEGADAIAN UPS KEJURUAN MUDA (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang)”** an. Riska Lestari, NIM 4012016175 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 10 Februari 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 10 Februari 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I/ Ketua



Mulyadi, MA

NIP. 19770729 200604 1 003

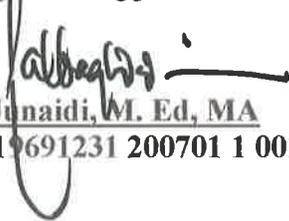
Penguji II/ Sekretaris



Mutia Sumarni, MM

NIDIN. 2007078805

Penguji III/ Anggota



Drs. Junaidi, M. Ed, MA

NIP. 19691231 200701 1 001

Penguji IV/ Anggota



Zikriatul Ulya, S.P., MA

NIDIN. 2024029102

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



Dr. Iskandar, MCL

NIP. 19650616 199503 1 002



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana S-1
dalam Program Perbankan Syariah**

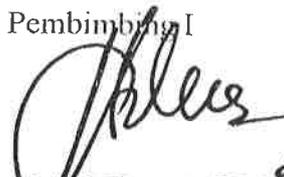
RISKA LESTARI

NIM. 4012016175

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

Langsa, 18 November 2020

Pembimbing I


Abdul Hamid, M.A 22/12/20
NIP. 19730731 20081 1 007

Pembimbing II


Mutia Sumarni, MM
NIDN.2007078805

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Dr. Early Ridho Kismawadi, S.EI., M.A

NIDN. 2011118901

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riska Lestari

Nim : 4012016175

Tempat/tgl. Lahir : Matang Panjang, 05-Oktober-1997

Pekerjaan : Mahasiswi

Alamat : Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh
Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KURANGNYA MINAT MASYARAKAT PADA PRODUK MULIA PERSONAL DI PT. PEGADAIAN UPS KEJURUAN MUDA (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. ' Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 05 Januari 2021

Yang membuat pernyataan

A green revenue stamp (Meterai Tempel) with a value of 6000 Rupiah. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the serial number 03B75AHF922598208. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Riska Lestari

MOTTO

**“ Ingatlah Allah Saat Hidup Tidak Berjalan Sesuai Keinginanmu
Allah Pasti Punya Jalan Yang Lebih Baik Untukmu.”**

**“ Mulailah dengan Penuh Keyakinan, Jalankan dengan Penuh Keikhlasan,
Selesaikan dengan Penuh Kebahagiaan”**

PERSEMBAHAN

**“Skripsi Ini Saya Persembahkan Untuk Kedua Orang Tua Saya dan
Keluarga Saya Tercinta”**

ABSTRAK

Seharusnya dengan keuntungan berinvestasi emas serta kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah, yaitu adanya pembelian emas dengan cara cicil maka akan banyak masyarakat yang berminat dan menggunakan produk MULIA Personal di Pegadaian Syariah. Namun, kenyataannya masih sedikit masyarakat yang menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda, karena dipengaruhi oleh faktor Lingkungan dan Religiusitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket) dengan sampel sebanyak 88 responden. Uji ini menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan SPSS 16.0 for windows. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda dengan nilai Sig $0,003 < 0,05$. Variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda dengan nilai sig $0,001 < 0,05$. Variabel lingkungan, dan religiusitas secara bersama-sama terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegdaian UPS Kejuruan muda berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai sig $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Pengaruh, Lingkungan, Religiusitas, Kurangnya Minat.

ABSTRACT

It should be with the advantages of investing in gold and the convenience offered by PT. Pegadaian Syariah, namely the purchase of gold in installments, so there will be many people interested and using MULIA Personal products at Pegadaian Syariah. However, in reality there are still few people who use MULIA Personal products at PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda, because it is influenced by environmental factors and religiosity. The purpose of this study was to determine how the environment and religiosity influence the lack of public interest in MULIA Personal products at PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. This research uses quantitative methods. Collecting data using a questionnaire method (questionnaire) with a sample of 88 respondents. This test uses multiple regression analysis and is processed using SPSS 16.0 for windows. Based on the research results, it shows that the environmental variable has a positive and significant effect on the lack of public interest in MULIA Personal products at PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda with a Sig value of 0.003 <0.05. The religiosity variable has a positive and significant effect on the lack of public interest in MULIA Personal products at PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda with a sig value of 0.001 <0.05. Environment variables, dan religiosity together to the lack of public interest in MULIA Personal products at PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda has a positive and significant effect with a sig value of 0.000 <0.05.

Keywords: Influence, Environment, Religiosity, Lack of Interest.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullah wabarakatuh

Puji dan syukur yang tak terhingga saya sebagai penyusun panjatkan atas berkah dari Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini. Salawat dan salam tidak lupa penyusun ucapkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah memperjuangkan kehidupan umatnya sehingga umatnya saat ini dapat merasakan indahnya Islam sebagai agama untuk membawa kebahagiaan dunia dan akhirat.

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang)”** Upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk kedua Orangtua saya tercinta ayahanda Zulkifli dan Ibunda Sumiati yang tidak henti-hentinya selalu memberikan do'a dan memberikan support kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kakak dan abang saya Eva Rianti, Intan Purnama Sari dan Selamat serta adik saya Aisyah Fitri yang selalu memberikan semangat dan do'a.
4. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.

5. Bapak Dr. Iskandar, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
6. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, M.A. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
7. Bapak Abdul Hamid, M.A sebagai pembimbing I yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
8. Ibu Mutia Sumarni, MM sebagai pembimbing II yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan.
9. Para Dosen IAIN Langsa khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terima kasih kepada teman saya Nur Hidayat dan Dina Silvia yang selalu support dan sangat banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima Kasih kepada seluruh teman PBS angkatan 2016 Unit 5 yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu persatu untuk waktu kebersamaan kita selama menempuh studi di IAIN Langsa dan telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT. Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun serta saran-saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi khasanah ilmu ekonomi islam untuk kita yang membaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 06 Februari 2020

Riska Lestari
NIM. 4012016175

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣ	Ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
— —	Kasrah	I	L
— '	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antarharkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي' —	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و —	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ل	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي —	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ---	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) ta marbutahhidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) ta marbutahmati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

- 3) Kalaupun kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydīd dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif

Contoh:

- Ta'khuzuna : تاخذن
- An-nau' : النوء
- Syai'un : شئ

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim (kata benda) maupun harf, ditulisterpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam system tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: Huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri sendiri, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib
- Lillāhi al-amrujami'an

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman tranliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman tranliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTARTABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi masalah	6
1.3 Batasan masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.7 Penjelasan Istilah.....	9
1.8 Sistematika Pembahasan	10
BAB II. LANDASAN TEORI	11
2.1 Produk MULIA Personal	11
2.1.1 Pengertian Produk MULIA Personal	11
2.1.2 Sejarah Perkembangan Produk MULIA Personal.....	11
2.1.3 Sistem Pembiayaan Produk MULIA Personal	12
2.2 Pengaruh Lingkungan	14
2.2.1 Pengertian Lingkungan	14
2.2.2 Interaksi Sosial	14
2.2.3 Sosial Budaya	15
2.2.4 Indikator Lingkungan	16
2.3 Pengaruh Religiusitas.....	16
2.3.1 Pengertian Religiusitas	16
2.3.2 Fungsi Religiusitas	18
2.3.3 Faktor Religiusitas.....	19

2.3.4 Indikator Religiusitas	20
2.4 Kurangnya Minat	21
2.4.1 Pengertian Kurangnya Minat	21
2.4.2 Macam-macam Minat	22
2.4.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat	23
2.4.4 Indikator Minat.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Pemikiran.....	29
2.8 Hipotesis	29
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.4 Sumber Data.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Definisi Operasionalisasi Variabel.....	36
3.7 Instrumen Penelitian	36
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.8.1 Uji Validitas	38
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.9 Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1 Analisis Regresi Berganda	38
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.9.3 Uji Hipotesis.....	40
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Perkembangan Desa Suka Mulia.....	43
4.1.2 Sruktur Organisasi.....	45
4.1.3 Keadaan Ekonomi Masyarakat Desa Suka Mulia	45
4.1.4 Visi dan Misi Desa Suka Mulia.....	46
4.2 Deskriptif Responden Penelitian.....	47
4.2.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur.....	47
4.2.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	50
4.2.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	50

4.3 Analisis Data Berdasarkan Variabel	51
4.3.1 Variabel Lingkungan (X1)	51
4.3.2 Variabel Religiusitas (X2).....	52
4.3.3 Variabel Minat(Y)	52
4.4 Hasil Analisis Data.....	53
4.4.1 Uji Validitas	53
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	54
4.5 Uji Asumsi Klasik	54
4.5.1 Uji Normalitas	55
4.5.2 Uji Multikolinearitas	56
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	57
4.6 Analisis Regresi Berganda	58
4.7 Uji Hipotesis	59
4.7.1 Uji t (Parsial)	59
4.7.2 Uji f (Simultan)	62
4.8 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	63
4.9 Hasil Pembahasan	64
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Produk MULIA Personal Tahun 2018-2019	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Oprasional.....	36
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Orbitrasi	44
Tabel 4.2 Struktur Organisasi Desa Suka Mulia.....	45
Tabel 4.3 Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Desa Suka Mulia.....	46
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Umur	48
Tabel 4.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.6 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.7 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.8 Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Lingkungan (X1)..	51
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Religiusitas (X2)	52
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Minat (Y)	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	60
Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas- Grafik Normal Plot	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	57

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I. Kuesioner Uji Coba Instrumen Penelitian.....	76
Lampiran II. Koding Data	80
Lampiran III. Hasil Uji Persyaratan Analisis	82
Lampiran IV. Uji Asumsi Klasik.....	84
Lampiran V. Hasil Uji Analisis Berganda.....	86
Lampiran VI. Hasil Uji Hipotesis	87
Lampiran VII. Dokumentasi Penelitian	88
Lampiran VIII. Daftar Riwayat Hidup.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari ternyata tidak mampu memenuhi seluruhnya. Semua ini tergantung pada kemampuan masing-masing orang berdasarkan penghasilan yang diperoleh. Manusia membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka dan tabungan untuk berjaga-jaga saat kondisi mereka membutuhkan uang mendesak seperti pendidikan anak-anak, dana kesehatan, pembangunan rumah dan lain sebagainya. Disamping itu manusia juga memiliki keinginan untuk berinvestasi yang biasanya dapat berupa tanah, bangunan atau logam mulia yang dapat menjaga harta kekayaan mereka ditengah merosotnya nilai uang. Salah satu logam mulia yang nilainya stabil adalah emas.

Emas merupakan logam mulia yang sangat diminati oleh banyak orang. Orang rela mengeluarkan dana yang cukup besar untuk mendapatkan logam mulia yang memiliki ragam bentuk ini.¹ Emas dapat menaikkan status sosial seseorang dan emas juga memiliki nilai ekonomi yang *profitable* karena dapat dijadikan investasi yang berprospek. Yang membuat emas bernilai adalah kemampuan emas atas daya beli terkini. Emas mampu beradaptasi terhadap inflasi yang terus membuat harga barang dan jasa semakin mahal.

Emas adalah salah satu alternatif investasi jangka Panjang. Investasi menggunakan logam mulia ini bertujuan untuk melindungi harta kekayaan yang

¹ Joko Salim, *10 Investasi Paling Gampang & Paling Aman*, (Jakarta: Transmedia Pustaka, 2011), h. 23

dimiliki pada saat nilai mata uang semakin melemah.² Menjadikan investasi emas sebagai salah satu penempatan dana darurat sangatlah baik. Kecendrungan saat ini, ternyata banyak sekali orang-orang yang menginvestasikan uangnya dalam bentuk emas karena selain mudah untuk segera diuangkan, emas juga termasuk investasi yang mempunyai beban resiko jauh lebih kecil dan memberikan keuntungan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan investasi pada Bank atau deposito. Hal tersebut terbukti dari harga emas yang cenderung stabil dan naik serta jarang sekali emas mengalami penurunan harga yang tajam.

Berbeda dengan emas, uang kertas yang merupakan produk politik justru nilainya *fluktuatif*. Jika keadaan suatu negara mengalami kestabilan, mata uangnya akan mengalami peningkatan.³ Namun sebaliknya, jika negara sedang mengalami krisis, nilai uang kertas akan menurun. Sehingga tidak ada yang bisa menjamin bahwa uang kertas akan terus mengalami kenaikan nilai. Uang kertas juga memiliki kekurangan, yaitu mudah rusak dan tidak abadi. Dengan semua kelebihan yang dimiliki emas sangat wajar bila emas menjadi alternatif yang baik sebagai investasi. Salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan pembiayaan emas adalah PT. Pegadaian Syariah yaitu produk pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) yang bisa diakses di beberapa outlet kantor cabang dan Unit Pelayanan Cabang (UPC) di seluruh Indonesia termasuk Unit Pelayanan Cabang Syariah (UPS) Kejuruan Muda yang beralamat di Jl. Raya Medan-Banda Aceh, Dusun Pekan, Kecamatan Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang.

² Sholeh Dipraja, *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede*, (Jakarta: PT. Tangga Pustaka, 2011), h. 12

³ *Ibid*, h. 13

Produk pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi yang disebut MULIA ini diluncurkan dan mulai dioprasikan pada tanggal 28 Oktober 2008 berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 tentang pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) tanggal 25 September 2008. Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia yang ada di Pegadaian Syariah adalah emas batangan bersertifikat internasional (LBMA-*London Bullion Market Asosiation*) dengan beberapa jenis atau varian, untuk produk MULIA mulai dari unit 1 gram, unit 5 gram, unit 25 gram, unit 50 gram, dan unit 100 gram. Produk MULIA dilakukan dengan pembelian secara tunai atau angsur, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai kemampuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh Pegadaian Syariah.⁴

Bagi nasabah yang ingin melakukan investasi dalam bentuk cicil, Pegadaian Syariah menyediakan beberapa pilihan produk MULIA, salah satunya adalah produk MULIA Personal dengan jangka waktu angsuran sesuai dengan keinginan nasabah. Berdasarkan Surat Edaran Direksi 16/US.100/2009 perihal jangka waktu, uang muka, dan margin, angsuran yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah tersedia dari 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, dan 36 bulan.⁵

Produk pembiayaan MULIA Personal Pegadaian Syariah ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas dengan cara cicil. Akad yang digunakan pada pembiayaan MULIA adalah akad *murabahah* dengan jaminan

⁴ <http://www.pegadaiansyariah.co.id.>, diakses Tanggal 21 Maret 2020, Pukul 13:00 WIB.

⁵ *Ibid*

diikat dengan *rahn* (gadai). Sehingga diketahui dengan jelas pokok pembiayaan beserta margin (keuntungan) dari pembiayaan yang diberikan. Memanfaatkan cicil emas pada Pegadaian Syariah untuk merencanakan masa depan dan percepatan asset para nasabahnya serta membantu nasabah untuk pembiayaan pembelian atau kepemilikan emas berupa emas batangan atau emas lantakan.⁶

Pembayaran produk MULIA Personal dengan cara angsuran dalam jumlah yang sama setiap bulan. Sedangkan nilai pembiayaan jenis emas batangan maksimal 80 persen dari harga jual dengan uang muka mulai dari 20% persen. Jangka waktu angsuran paling singkat tiga (3) bulan dan tiga puluh enam (36) bulan waktu yang paling lama. Pegadaian Syariah menawarkan kemudahan dan keamanan bagi para nasabah dalam transaksi cicilan emas. Manajemen Pegadaian Syariah juga menjamin keaslian emasnya.⁷

Berikut adalah tabel jumlah nasabah produk MULIA Personal di Pegadaian UPS Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang:⁸

⁶ <http://www.pegadaiansyariah.co.id.>, diakses Tanggal 21 Maret 2020, Pukul 13:00 WIB.

⁷ *Ibid.*

⁸ Dokumen Pegadaian UPS Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang Tahun 2018-2019.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Produk MULIA Personal Tahun 2018-2019

Jenis Kelamin	Tahun 2018	Tahun 2019
Laki-laki	5	2
Perempuan	21	11
Jumlah	26	13

Sumber: Dokumen Pegadaian UPS Kejuruan Muda Tahun 2018-2019.

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah nasabah produk MULIA Personal di Pegadaian UPS Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang masih sangat sedikit bahkan mengalami penurunan, yang berarti minat masyarakat masih rendah terhadap produk tersebut. Seharusnya dengan keuntungan berinvestasi emas serta kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah tersebut, yaitu adanya pembelian emas dengan cara cicil atau angsur maka akan banyak masyarakat yang berminat dan menggunakan produk MULIA Personal di Pegadaian Syariah. Namun, kenyataannya masih sedikit masyarakat yang menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Adapun hal-hal yang mempengaruhi kurangnya minat masyarakat yaitu adanya faktor internal dan faktor eksternal seperti faktor lingkungan dimana masyarakat tidak bisa terlepas dari kebiasaan yang sudah ada dari keluarga maupun masyarakat sekitar yang berinvestasi dalam bentuk hewan ternak seperti kambing, bebek, ayam dan lain sebagainya.

Padahal, investasi emas memiliki beban resiko jauh lebih kecil sebab harga emas yang cenderung stabil dan naik serta jarang sekali emas mengalami penurunan harga yang tajam, sedangkan hewan ternak sering beresiko menderita penyakit bahkan kematian. Permasalahan terakhir yang tidak kalah penting adalah adanya

faktor internal yaitu religiusitas, khususnya masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang dimana masyarakatnya bermayoritas beragama Islam sehingga mereka merasa ragu akan produk MULIA Personal yang ada di PT. Pegadaian Syariah UPS Kejuruan Muda, karena adanya isu yang beredar dari mulut ke mulut maupun media sosial yang mengatakan emas tidak boleh dibeli dengan cara cicil.⁹

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang)”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh lingkungan yaitu dimana masyarakat tidak bisa terlepas dari kebiasaan yang sudah ada dari keluarga maupun masyarakat sekitar yang sulit ditinggalkan yaitu berinvestasi dalam bentuk hewan ternak.
2. Religiusitas masyarakat terhadap isu yang beredar dari mulut-kemulut dan media sosial yang mengatakan emas tidak boleh dibeli secara cicil atau kredit.

⁹ Observasi di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang, 26 Agustus 2020.

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar penelitian berfokus pada pokok-pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Penelitian ini dibatasi hanya berfokus pada beberapa pembahasan yaitu pengaruh lingkungan, dan pengaruh religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis menarik suatu rumusan masalah untuk mencapai hasil dari penelitian yang akan dilaksanakan nantinya, adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda,?
3. Bagaimana pengaruh lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.
3. Untuk mengetahui pengaruh lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

1.6. Manfaat Penelitian

Berkaitan dengan tujuan penelitian sebagaimana yang telah penulis uraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut:

1. Bagi IAIN Langsa, penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur serta referensi yang dapat dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa dalam meneliti permasalahan yang sama.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana informasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda khususnya bagi semua pihak yang berkepentingan.
3. Bagi mahasiswa lain, hasil penelitian ini akan menjadi bahan informasi atau masukan bagi mahasiswa khususnya pada IAIN Langsa.

1.7. Penjelasan Istilah

Untuk menghindari kerancuan pemahaman terhadap istilah-istilah yang terdapat pada judul skripsi ini, maka perlu dijelaskan istilah-istilahnya. Adapun penjelasan istilah tersebut adalah:

1. Faktor

Faktor adalah hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹⁰

2. Kurangnya Minat

Kurangnya Minat adalah kurangnya rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tertentu.¹¹

3. Produk

Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilai dalam proses produksi yang dapat diperjualbelikan dan bisa memuaskan sebuah keinginan atau kebutuhan.¹²

4. MULIA Personal

MULIA Personal adalah salah satu produk penjualan Logam Mulia (LM) oleh PT. Pegadaian kepada masyarakat sebagai pilihan layanan investasi emas batangan secara angsuran (kredit) perorangan.¹³

¹⁰ <https://kbbi.web.id/faktor.html>, diakses Tanggal 9 Desember 2020.

¹¹ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 141.

¹² <https://kbbi.web.id/produk.html>, diakses Tanggal 9 Desember 2020.

¹³ www.pegadaian.co.id/produk/mulia, diakses Tanggal 21 September 2020.

1.8. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Kajian Teoritis membahas tentang kajian teori-teori yang sehubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian membahas tentang jenis dan sifat penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, Pengujian Instrumen penelitian dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan membahas tentang gambaran umum lokasi penelittian, gambaran umum responden, hasil penelitian dan interpretasi.

Bab V Penutup membahas tentang penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Produk MULIA Personal

2.1.1. Pengertian Produk MULIA Personal

MULIA Personal adalah salah satu produk penjualan Logam Mulia (LM) oleh PT. Pegadaian kepada masyarakat sebagai pilihan layanan investasi emas batangan secara angsuran (kredit) perorangan dengan berdasar pada fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77 tentang hokum jual beli emas secara tidak tunai. PT. Pegadaian memberikan fasilitas proses cepat dan dalam jangka waktu yang fleksibel. Produk MULIA adalah hasil kerja sama PT. Pegadaian (Persero) dengan PT. Aneka Tambang (Persero), Tbk.¹⁴

2.1.2. Sejarah Perkembangan Produk MULIA Personal

Salah satu lembaga keuangan syariah yang menawarkan pembiayaan emas adalah PT. Pegadaian Syariah yaitu produk pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) yang bisa diakses di beberapa outlet kantor cabang dan Unit Pelayanan Cabang (UPC) di seluruh Indonesia dan memiliki empat jenis pembelian produk MULIA yaitu produk MULIA Tunai, MULIA Personal, MULIA Arisan, dan MULIA Kolektif.

Produk pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi yang disebut MULIA ini diluncurkan dan mulai dioperasikan pada tanggal 28 Oktober 2008 berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 tentang pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) tanggal 25

¹⁴ www.pegadaian.co.id/produk/mulia, diakses Tanggal 21 September 2020.

September 2008. Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia yang ada di Pegadaian Syariah adalah emas batangan bersertifikat internasional (*LBMA-London Bullion Market Asosiation*) dengan beberapa jenis atau varian, untuk produk MULIA mulai dari unit 5 gram, unit 25 gram, unit 50 gram, dan unit 100 gram. Produk MULIA dapat dilakukan dengan pembelian secara tunai atau angsur, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai kemampuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh Pegadaian Syariah.¹⁵

Bagi nasabah yang ingin melakukan investasi dalam bentuk cicil, Pegadaian Syariah menyediakan beberapa pilihan produk MULIA yaitu MULIA Personal dan Mulia Kolektif dengan jangka waktu angsuran sesuai dengan keinginan nasabah. Berdasarkan Surat Edaran Direksi 16/US.100/2009 perihal jangka waktu, uang muka, dan margin, angsuran yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah tersedia dari 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, dan 36 bulan.¹⁶

2.1.3. Sistem Pembiayaan Produk MULIA Personal

Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No.54/LB.1.00/2008 investasi logam mulia yang ada di Pegadaian Syariah adalah emas batangan bersertifikat internasional (*LBMA-London Bullion Market Asosiation*) dengan beberapa jenis atau varian, untuk produk MULIA mulai dari unit 5 gram, unit 25 gram, unit 50 gram, dan unit 100 gram. Produk MULIA Personal dapat dilakukan dengan pembelian secara angsur, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai kemampuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh Pegadaian Syariah.¹⁷

¹⁵ <http://www.pegadaiansyariah.co.id.>, diakses Tanggal 21 September 2020.

¹⁶ *Ibid*

¹⁷ *Ibid*

Pegadaian Syariah menyediakan beberapa pilihan jangka waktu angsuran sesuai dengan keinginan nasabah. Berdasarkan Surat Edaran Direksi 16/US.100/2009 perihal jangka waktu, uang muka, dan margin, angsuran yang disediakan oleh PT. Pegadaian Syariah tersedia dari 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan, 18 bulan, 24 bulan, dan 36 bulan.¹⁸

Produk pembiayaan MULIA Personal di Pegadaian Syariah ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memiliki emas dengan cara cicil. Akad yang digunakan pada pembiayaan MULIA adalah akad *murabahah* dengan jaminan diikat dengan *rahn* (gadai). Sehingga diketahui dengan jelas pokok pembiayaan beserta margin (keuntungan) dari pembiayaan yang diberikan. Memanfaatkan cicil emas pada Pegadaian Syariah untuk merencanakan masa depan dan percepatan asset para nasabahnya serta membantu nasabah untuk membiayain pembelian atau kepemilikan emas berupa emas batangan atau emas lantakan.¹⁹

Pembayaran produk MULIA dengan cara angsuran dalam jumlah yang sama setiap bulan dengan uang muka mulai dari 20% dari harga emas itu sendiri. Jangka waktu angsuran paling singkat tiga bulan dan tiga tahun waktu yang paling lama. Pegadaian Syariah menawarkan kemudahan dan keamanan bagi para nasabah dalam transaksi cicilan emas. Manajemen Pegadaian Syariah juga menjamin keaslian emasnya.²⁰

¹⁸ *Ibid*

¹⁹ <http://www.pegadaiansyariah.co.id.>, diakses Tanggal 28 September 2020.

²⁰ *Ibid.*

2.2. Pengaruh Lingkungan

2.2.1. Pengertian Lingkungan

Adapun maksud lingkungan disini adalah lingkungan sosial budaya, dimana lingkungan sosial adalah semua keadaan maupun interaksi sosial yang terjadi antara satu orang dengan orang lain disekelilingnya atau diantara banyak orang.²¹ Sementara budaya adalah suatu kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari seseorang yang dapat mengarahkan seseorang tersebut dalam menggunakan suatu barang atau jasa.²² Lingkungan sosial budaya terdiri dari keluarga, sumber informal (kerabat, sahabat atau tetangga), sumber non komersial yang lain, kelas sosial, subbudya dan budaya.

Dalam penelitian ini adalah adanya kebiasaan masyarakat yang terjadi pada lingkungan keluarga dan masyarakat yang sudah menjadi kebiasaan sehingga sulit untuk ditinggalkan yaitu berinvestasi dalam bentuk hewan ternak. Kebiasaan yang berkembang dalam suatu masyarakat tentu akan mempengaruhi cara dan pola berpikir masyarakat.

2.2.2. Interaksi Sosial

Interaksi sosial dapat menghasilkan persatuan, perdamaian, atau perpecahan. Banyak faktor yang menjadi penyebabnya, antara lain pola perilaku dan sikap yang berbeda dari individu atau kelompok yang berinteraksi.²³

²¹ <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/>.pdf Diakses Pada 15 Februari 2021 Pukul 14:05 WIB

²² Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press, 2011), h. 47

²³ Tim Mitra Guru, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 56.

Proses intraksi sosial yang terjadi dalam masyarakat bersumber dari beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

- 1) Imitasi, merupakan suatu tindakan sosial seseorang untuk meniru sikap, tindakan, atau tingkah laku, dan penampilan fisik orang lain.
- 2) Sugesti, merupakan rangsangan, pengaruh, atau stimulus yang diberikan seseorang kepada orang lain sehingga melaksanakan apa yang disugestikannya tanpa berpikir rasional.
- 3) Simpati, merupakan suatu sikap seseorang yang merasa tertarik kepada orang lain karena penampilan, kebijaksanaan, atau pola pikirnya yang sesuai dengan nilai-nilai yang dianut oleh orang yang menaruh simpati.
- 4) Identifikasi, merupakan keinginan sama atau identik bahkan serupa dengan orang lain yang ditirunya.
- 5) Empati, merupakan proses ikut merasakan sesuatu yang dialami pihak lain.²⁴

2.2.3. Sosial Budaya

Sosial budaya adalah segala hal yang diciptakan manusia dengan pikiran dan budinya dalam kehidupan bermasyarakat. Sedangkan, menurut Andreas Eppink sosial budaya adalah segala sesuatu atau tata nilai yang berlaku dalam sebuah masyarakat yang menjadi ciri khas dan kebiasaan dari masyarakat tersebut.²⁵

²⁴ Mila Saraswati dan Ida Widaningsih, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: Grafindo Media Pratama, 2013), h. 17.

²⁵ Afnan Fuadi, *Keragaman Dalam Dinamika Sosial Budaya Kompetensi Sosial Kultural Perekat Bangsa*, (Yogyakarta: Deepublish Budi Utama, 2020), h. 4.

2.2.4. Indikator Lingkungan

Terdapat beberapa indikator lingkungan yaitu sebagai berikut.²⁶

1. Lokasi, dimensi ini menunjukkan jauh atau dekatnya lokasi Pegadaian UPS Kejuruan Muda dari tempat responden.
2. Fasilitas (sarana prasarana).
3. Kebiasaan, yaitu sesuatu yang telah dilakukan berulang kali sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat.
4. Keluarga, yaitu seseorang yang pertama kali memberikan peran dalam berbagai aspek kehidupan social atau norma-norma kehidupan bermasyarakat.
5. Kerabat Dekat, yaitu orang-orang terdekat seperti saudara, tetangga dan sahabat.
6. Kelompok sosial

2.3. Pengaruh Religiusitas

2.3.1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama atau kesalehan.²⁷ Menurut Suhardiyanto, religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi yang maha kuasa, maha pengasih dan maha penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaki-Nya (larangan-Nya). Sedangkan menurut

²⁶ Endah Nur Rahmawati, dkk, *Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah*, Jurnal I'Anil Islam, Vol. 10 Nomor 1, Juni 2017. h. 17.

²⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 1159.

Abdullah (dalam Atin Yulaifah, 2011:24) religiusitas adalah tindakan mengekspresikan ajaran agama melalui ritual ibadah *maghdah* serta ibadah *ghairu maghdah*, yakni sosial kemasyarakatan. Wujud kehidupan sosial kemasyarakatan dapat dijalankan pada sektor budaya, politik, hukum, dan ekonomi.²⁸

Oleh karena itu seseorang berusaha menjadi penganut yang baik dan keyakinannya itu ditampilkan dalam sikap dan tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya. Religiusitas menunjukkan komitmen beragama seseorang karena religiusitas individu merupakan karakteristik pribadi, maka perwujudan dalam diri seseorang paralel dengan proses pertumbuhan dan perkembangan pribadi seseorang yang bersangkutan.

Religiusitas merupakan bagian dari karakteristik pribadi seseorang yang dengan sendiri akan menggambarkan personalitas sebagai internalisasi nilai religius di sepanjang kehidupannya. Dengan demikian, seseorang religius semestinya personalitas dan kepribadiannya menggambarkan bangunan integral dari dirinya, yang akan terlihat pada wawasan, motivasi, cara berpikir, sikap, perilaku dan tingkat kepuasan pada dirinya yang merupakan hasil organisasi system psiko-fisiknya.²⁹

²⁸ Atin Yulaifah, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Study kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa perbankan Syariah*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), h. 24.

²⁹ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), h. 2006.

2.3.2. Fungsi Religiusitas

Adapun fungsi religiusitas bagi kehidupan manusia diantaranya sebagai berikut:³⁰

1. Fungsi Edukasi, ajaran agama secara yuridis berfungsi menyuruh dan melarang yang mengarahkan bimbingan agar pribadi penganutnya menjadi lebih baik dan terbiasa dengan baik menurut ajaran dan agama masing-masing.
2. Fungsi Penyelamat, keselamatan yang diberikan oleh agama kepada penganutnya adalah keselamatan yang meliputi dua alam yaitu dunia dan akhirat dengan pengenalan masalah sakral, berupa keimanan kepada Tuhan.
3. Fungsi Perdamaian, melalui agama, seseorang yang bersalah atau berdosa dapat mencapai kedamaian batin melalui tuntunan agama.
4. Fungsi Pengawasan Sosial, ajaran agama oleh penganutnya dianggap sebagai norma, sehingga dalam hal ini agama dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial secara individu maupun kelompok karena:
 - a. Agama secara instansi, merupakan norma bagi pengikutnya.
 - b. Agama secara dogmatis (ajaran) mempunyai fungsi kritis yang bersifat profesi (wahyu atau kenabian).
5. Fungsi Pemupuk Rasa Solidaritas, para penganut agama yang sama secara psikologis akan merasa memiliki kesamaan dalam kesatuan iman dan

³⁰ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, 2012), h. 391.

kepercayaan, sehingga akan membina rasa solidaritas dalam kelompok maupun perorangan bahkan dapat membina rasa persaudaraan yang kuat.

6. Fungsi Transformatif, ajaran agama dapat mengubah kehidupan kepribadian seseorang atau kelompok menjadi kehidupan baru sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya, kehidupan baru yang diterimanya berdasarkan ajaran agama yang dianut kadangkala mampu merubah kesetiaannya kepada adat atau norma kehidupan yang dianut sebelumnya.
7. Fungsi Kreatif, ajaran agama mendorong dan mengajak para penganutnya untuk bekerja produktif bukan saja untuk kepentingan dirinya sendiri, tetapi juga untuk kepentingan orang lain.
8. Fungsi Sublimatif, ajaran agama mengkuduskan segala usaha manusia bukan saja yang bersifat agama ukhrawi, melainkan juga bersifat duniawi. Segala usaha manusia selama tidak bertentangan dengan norma-norma agama, bila dilakukan atas rasa yang tulus karena untuk Allah SWT merupakan sebuah ibadah.

2.3.3. Faktor Religiusitas

Adapun yang menjadi faktor-faktor religiusitas yaitu sebagai berikut:³¹

1. Faktor Pendidikan atau Pengajaran dan Berbagai Tekanan Sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

³¹ *Ibid*, h. 105.

2. Faktor Pengalaman

Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3. Faktor Kehidupan

Adapun faktor kehidupan diantaranya sebagai berikut:

- a. Kebutuhan akan keamanan atau keselamatan.
- b. Kebutuhan akan cinta kasih.
- c. Kebutuhan untuk memperoleh harga diri.
- d. Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4. Faktor Intelektual

Faktor intelektual berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

2.3.4. Indikator Religiusitas

Terdapat beberapa indikator religiusitas yaitu sebagai berikut :³²

1. Keyakinan (Ideologi)

Merupakan sejauh mana tingkatan seseorang dapat menerima hal-hal yang dogmatic dalam agama, contohnya percaya bahwa adanya tuhan, malaikat juga surga dan neraka, sehingga adanya kepatuhan untuk mentaati setiap peraturan yang ada disetiap agama.

2. Praktek Agama (Ritualistik)

³² Djamaludin Ancok, *Psikologi Islam: Sosialisai Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011) h. 77-78.

Yaitu sejauh mana tingkat seseorang untuk mengerjakan ritual yang ada pada agama seseorang tersebut, seperti menjalankan segala perintah Tuhan dan menjauhi larangannya.

3. Penghayatan (Eksperiensial)

Merupakan suatu perasaan yang timbul ataupun dirasakan, seperti perasaan dekat dengan Tuhan, merasa takut dosa, diselamatkan dan lain sebagainya.

4. Pengetahuan Agama (Intelektual)

Merupakan sesuatu yang menerangkan sejauh mana seseorang mengetahui ajaran dari agama, dan pengetahuan tentang kitab suci seperti hukum dalam Islam dan pemahaman kaidah ilmu ekonomi.

5. Pengalaman (Konsekuensi)

Merupakan pengukuran sejauh mana perilaku dari seseorang termotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan baik sosial, seperti kepedulian akan lingkungan sosial, menolong orang kesulitan, bersedekah dan lain sebagainya.

2.4. Kurangnya Minat

2.4.1. Pengertian Kurangnya Minat

Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan.³³ Minat merupakan rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas

³³ Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi keempat, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) h. 6

tertentu. Minat adalah suatu keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa atau produk tertentu.³⁴

Dengan kata lain dapat diartikan bahwa kurangnya minat adalah kurangnya rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tertentu.³⁵

Ada beberapa tahapan minat antara lain:

1. Informasi yang jelas sebelum menjadi nasabah.
2. Pertimbangan yang matang sebelum menjadi nasabah.
3. Keputusan menjadi nasabah.

2.4.2. Macam-macam Minat

1. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringn tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan. Sedangkan minat kultural adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, sedangkan minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas tersebut. Menurut Crow and Crow, ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional. Dimana

³⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 141

³⁵ Ayu Retno Sari, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim Menabung Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Kabupaten Bantul, Yogyakarta)*, Jurnal Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jalan Lingkar Selatan, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta 55183, h. 4

timbulnya minat pada diri individu berasal dari individu, selanjutnya individu mengadakan interaksi dengan lingkungannya yang menimbulkan dorongan emosional dan dorongan sosial, sehingga ketiganya dapat mendorong timbulnya minat.³⁶

2.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Faktor yang mempengaruhi minat secara umum dibagi menjadi dua bagian yaitu faktor internal dan eksternal yakni sebagai berikut:

a. Faktor Internal

- 1) Kepribadian, yaitu karakteristik psikologi seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian dapat digunakan untuk menganalisis perilaku konsumen untuk produk dan pemilihan merek tertentu.³⁷
- 2) Persepsi, yaitu proses memilih, mengorganisasi, menafsirkan masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Dalam hal pemasaran, pengaruh iklan di media massa, kemasan produk, papan reklame, dan sebagainya mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk.³⁸
- 3) Pembelajaran, yaitu sebuah proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman.³⁹ Dalam hal ini pembelajaran menimbulkan dorongan

³⁶ [http:// www.sarjanaku.com/2012/12/Pengertian Minat Menurut Para Ahli.html](http://www.sarjanaku.com/2012/12/Pengertian%20Minat%20Menurut%20Para%20Ahli.html). Diakses pada hari senin tanggal 06 Oktober 2020, pukul 09:15.

³⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2014), Jilid I, h. 172.

³⁸ Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 67.

³⁹ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 70

yang membuat seseorang melakukan tindakan tertentu dari hasil pengalaman maupun pengetahuan yang ia miliki.

- 4) Motivasi, yaitu keadaan aktif di dalam seseorang yang mengarahkannya kepada perilaku pencapaian tujuan. Motivasi ini menjadi alasan untuk berperilaku dalam membeli suatu.⁴⁰
- 5) Sikap, yaitu suatu evaluasi atau perasaan diri seseorang terhadap sebuah objek atau ide. Sikap menempatkan seseorang ke dalam suatu pemikiran untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek.⁴¹
- 6) Kepercayaan, yaitu suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan ini mungkin bisa berlandaskan pada pengetahuan, opini (pendapat), kepercayaan dan perasaan. Konsep kepercayaan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang akan berbuat sesuai kepercayaannya.⁴²
- 7) Pengalaman, yaitu pengalaman pribadi seseorang tersebut atau pengalaman orang lain yang telah berhasil dalam melakukan sesuatu. Pengalaman ini merupakan pedoman atau guru agar tidak melakukan kesalahan dalam menjalankan sesuatu nantinya.⁴³
- 8) Agama (Religi), karena bervariasi serta sifatnya yang pribadi, kelompok agama mempunyai pengaruh yang sangat penting bagi konsumsi suatu masyarakat, kelompok keagamaan akan memperhatikan preferensi dan

⁴⁰ Ristiyani Prasetijo, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), h. 36.

⁴¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2011), h. 227.

⁴² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2014), Jilid I, h. 203.

⁴³ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 189.

tabu yang spesifik. Keagamaan akan mempengaruhi seseorang dalam suatu pembelian produk karena mereka akan melihat barang dan jasa yang akan diperjualbelikan.

b. Faktor Eksternal

1) Faktor Budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya.⁴⁴ Budaya dan sub-budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk.

2) Faktor Lingkungan Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat.

3) Pelayanan

Dalam memberikan pelayanan seorang pegawai bank dengan nasabah diperlukan etika yang baik, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai. Nasabah yang hendak melakukan investasi atau pembiayaan pada sebuah bank syariah harus mendapatkan pelayanan yang baik agar mereka puas dengan kerjasama

⁴⁴ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 86.

tersebut. Hasil yang diperoleh bank atas pelayanan jasa bank syariah yaitu berupa pendapatan fee dan komisi.⁴⁵

4) Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen atau nasabah pasti menginginkan lokasi bank berada pada lokasi yang mudah dijangkau.⁴⁶

5) *Profit Sharing* (Bagi Hasil)

Bagi hasil menurut terminologi asing dikenal dengan *profit sharing*. *Profit Sharing* dalam kamus ekonomi diartikan sebagai pembagian laba.⁴⁷

6) Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan.⁴⁸

2.5.4. Indikator Minat

Terdapat beberapa indikator minat yaitu sebagai berikut:⁴⁹

- a. Dorongan dari dalam individu.
- b. Keinginan.
- c. Motif sosial.

⁴⁵Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2015), 53

⁴⁶Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 334.

⁴⁷Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2012), h.101.

⁴⁸Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2011), h. 222.

⁴⁹Kotler dan Philip, "*Marketing Jilid II*", (Jakarta: Penerbit Erlangga,2014), h. 70.

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama/ Judul	Metode Penelitian	Hasil
1.	Gusmail Emmang, "Faktor-Faktor Yang Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makasar), 2016	Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan sampel menggunakan <i>teknik nonprobability sampling</i> dengan metode <i>puroposive sampling</i> .	Hasil penelitian mnunjukkan bahwa, variabel pengetahuan, pelayanan, lokasi, dan produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank Syariah.
2.	Endah Nur Rahmawati, dkk, "Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah"	Metode penelitian menggunakan metode Deskriptif kuantitatif, melalui metode <i>Random sampling</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel(Lingkungan, Biaya, Produk, Proses, Pesaing, Personal Trait (People), Promotion, Margin, Minat) merupakan faktor-faktor dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pegawai untuk tidak memilih produk pembiayaan di Bank Syariah
3.	Meyka Cahyaningrum Winarni, " Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah. (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Grobogan)	Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif., dengan Teknik <i>non probability sampling</i> , melalui metode <i>Random sampling</i> .	hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan lembaga keuangan syariah, pengetahuan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat menggunakan lembaga keuangan syariah, dan untuk religiusitas memiliki pengaruh positif

No	Nama/ Judul	Metode Penelitian	Hasil
			dan tidak signifikan terhadap rendahnya minat masyarakat.

Pada penelitian Gusmail Emmang, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu dalam penelitiannya terdapat variabel Pengetahuan, Pelayanan, Lokasi dan Produk. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas Kurangnya Minat.

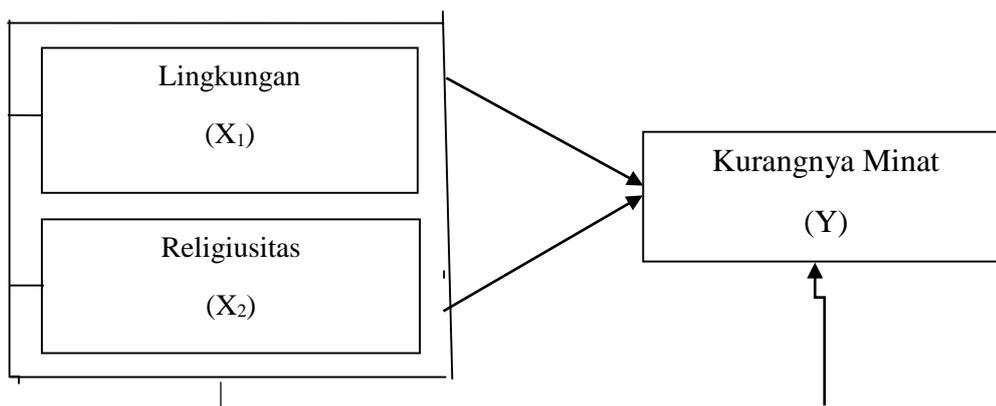
Pada penelitian Endah Nur Rahmawati, dkk, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu dalam penelitiannya terdapat variabel Biaya, Produk, Proses, Pesaing, Personal Trait (People), Promotion, Margin, Minat. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas kurangnya minat dan memiliki variabel Lingkungan .

Pada penelitian Meyka Cahyaningrum Winarni, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu dalam penelitiannya terdapat layanan dan pengetahuan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas kurangnya minat masyarakat dan variabel religiusitas.

2.6. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran dapat di gambarkan sebagai berikut :

Bagan 2.1
Kerangka Pemikiran



2.7. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang digunakan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan dalam penelitian ini adalah:

H₀₁ : Tidak terdapat pengaruh antara lingkungan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara Lingkungan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H₀₂ : Tidak terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_{a3} : Terdapat pengaruh antara lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data). Variabel penelitian terukur dengan berbagai bentuk skala pengukuran, yaitu skala nominal, ordinal, interval, rasio.⁵⁰

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁵¹

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini yaitu di Desa Suka Mulia, kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, yaitu pada tanggal 10 Agustus 2020 s/d 10 November 2020.

⁵⁰ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktif*, (Jakarta: PT Indeks, 2011), h. 3

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.⁵² Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang yang sudah memasuki usia menabung dan mengetahui produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda yang berjumlah 755 orang.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.⁵³ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan data nasabah yang dimiliki peneliti, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵⁴

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Probability Sampling* (sampel acak) yaitu Teknik pengambilan sampel yang memberikan

⁵² Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV Alfabeta, 2011), h.117

⁵³ *Ibid*, h. 117.

⁵⁴ *Ibid*, h. 118

peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁵⁵

Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*, diberikan nama demikian karena didalam pengambilan sampel peneliti mencampur subjek-subjek didalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.⁵⁶

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(\alpha)^2}$$

$$n = \frac{755}{1 + 755(0,1)^2}$$

$$n = \frac{755}{8,55} = 88,30$$

$$n = 88$$

Dimana:

n = Ukuran sampel keseluruhan

N = Ukuran populasi

α = Batas toleransi kesalahan 10%

⁵⁵ Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 85.

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 32.

3.4. Sumber Data

Ketersediaan sumber data merupakan salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam golongan sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁵⁷ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang.

2. Data Sekunder

Data yang telah lebih dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar dari peneliti sendiri. Data sekunder diperoleh dari dokumen, buku-buku, jurnal dan literature lainnnya yang bersangkutan dengan penelitian ini.⁵⁸

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian lapangan (*field research*) yaitu mengumpulkan data dari lapangan dengan cara:

⁵⁷ Misbahuddin dan Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013) h. 21

⁵⁸ *Ibid*, h. 22

1) Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵⁹ Daftar pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner ini disusun berdasarkan acuan indikator yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, kuisisioner akan dibagikan oleh peneliti kepada responden yaitu masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang.

2) Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala pada obyek penelitian.⁶⁰ Observasi dalam penelitian ini digunakan sebelum peneliti melakukan penelitian, observasi ditujukan untuk menemukan permasalahan dalam penelitian.

3) Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode pencarian dan pengumpulan data mengenai hal-hal atau berupa catatan resmi, transkrip, buku, laporan, media massa, dan sebagainya. Dokumentasi ini dapat dilakukan dengan mengumpulkan data dengan cara mengambil gambar atau informasi penting dari objek penelitian.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 193.

⁶⁰ *Ibid.*, h. 143

3.6. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan dalam variabel independen dan variabel dependen, yaitu: lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Definisi operasional untuk variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Varibel dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
lingkungan (X1)	Semua keadaan maupun interaksi sosial yang terjadi antara satu orang dengan orang lain disekelilingnya.	1. Lokasi. 2. Fasilitas. 3. Kebiasaan. 4. Keluarga. 5. Kerabat Dekat. 6. Kelompok Sosial.
Religiusitas (X2)	Religiusitas adalah pengabdian terhadap agama atau kesalehan. ⁶¹	1. Keyakinan. 2. Praktek Agama. 3. Penghayatan. 4. Pengetahuan Agama. 5. Pengalaman (konsekuensi).
Kurangnya Minat (Y)	Kurangnya rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tertentu. ⁶²	1. Dorongan dari dalam individu. 2. Keinginan. 3. Motif sosial.

3.7. Instrumen Penelittian

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang berisi beberapa pernyataan yang diisi oleh responden yaitu beberapa masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang. Adapun pengukuran yang telah dijawab oleh responden menggunakan skala *likert*.

⁶¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 1159.

⁶² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 141

Skala *likert* ini dikembangkan oleh Rensis Likert, yang merupakan suatu series (butir soal). Responden hanya memberikan persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap butir soal tersebut.⁶³ Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁶⁴

Dalam hal ini responden menanggapi lima alternatif jawaban antara lain 1,2,3,4, dan 5. Skala *likert* terdiri dari Sangat Tidak Setuju (STS dengan bobot 1), Tidak Setuju (ST dengan bobot 2), Kurang Setuju (KS dengan bobot 3), Setuju (S dengan bobot 4), dan Sangat Setuju (SS dengan bobot 5). Bobot tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Bobot	Kriteria
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Kurang Setuju
4	Setuju
5	Sangat Setuju

3.8. Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Uji ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Setelah uji instrumen kemudian dilakukan teknik analisis data.

⁶³ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, “*Metodologi Penelitian Sosial*”, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), h. 93.

⁶⁴ Sugiyono, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 93.

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud kelayakan. Validitas kuesioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *Pearson Product-Moment*. Yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi r_{hitung} dengan nilai kritis r_{tabel} .⁶⁵

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*.⁶⁶

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai *Cronbach Alpha* 0,6. Jika nilai alpha (α) lebih besar dari *Cronbach Alpha*, maka hasilnya adalah reliabel.⁶⁷

3.9. Teknik Analisis Data

3.9.1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

⁶⁵Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, edisi ketigabelas, jilid I*, (Jakarta : Erlangga, 2014), h. 139.

⁶⁶*Ibid*, h. 279.

⁶⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan program SPSS*, (Semarang, Bandar Penerbit UNDIP, 2011), h. 48.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

keterangan:

Y : Minat

b_0 : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi dari X_1

b_2 : Koefisien regresi dari X_2

X_1 : Lingkungan

X_2 : Religiusitas

E : Kesalahan berdistribusi normal dengan rata-rata 0

3.9.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji multikonelinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinearitas terjadi jika nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan VIF < 10. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁶⁸

⁶⁸*Ibid*, h. 106.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal.⁶⁹ Uji normalitas dengan grafik normal P-P Plot akan membentuk satu garis lurus diagonal kemudian *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal.⁷⁰

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain.⁷¹ Pengujian untuk melihat ada atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID).⁷²

3.9.3. Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini dilakukan uji t dan uji f.

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi

⁶⁹*Ibid*, h. 62.

⁷⁰*Ibid*.

⁷¹*Ibid*.

⁷²*Ibid.*, h. 105

variabel dependen.⁷³ Uji t ini untuk menguji hipotesa 1, 2 dan 3, hipotesa yang digunakan adalah:

Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5 %) dengan ketentuan sebagai berikut:⁷⁴

- 1) Jika nilai Sig $< \alpha$ maka H_0 ditolak.
- 2) Jika nilai Sig $> \alpha$ maka H_a diterima.

2. Uji F (Uji Model)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.⁷⁵ Dalam penelitian ini hipotesa yang digunakan adalah:

Pengambilan kesimpulannya dengan melihat taraf signifikan 5% (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:⁷⁶

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel (X_1 , dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a diterima (artinya ada pengaruh yang signifikan antar variabel (X_1 , dan X_2) terhadap variabel terikat (Y).

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

⁷³*Ibid.*, h. 88.

⁷⁴*Ibid.*

⁷⁵*Ibid.*, h. 89.

⁷⁶*Ibid.*

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1.⁷⁷ Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, karena jika nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya amat terbatas.⁷⁸

⁷⁷ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2011), h. 97.

⁷⁸ *Ibid.*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Perkembangan Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang

Desa Suka Mulia diawali hanya pindahan orang-orang yang beladang (berkebun). Sekitar pada tahun 1927-1947, kampung ini hanya dihuni oleh beberapa kepala keluarga yaitu sekitar 38 KK, dengan keadaan wilayah dataran tinggi atau perbukitan yang pada saat ini dipimpin oleh seorang kepala desa yang pertama bernama Tengku Daud.⁷⁹

Pada tahun 1937-1947, kampung ini sudah ada pergantian kepala desa yang kedua yaitu bernama Tengku Minan dengan jumlah penduduk 47 KK. Pada tahun ini keadaan kampung sudah menjadi lahan perkebunan dan pertanian yang luas dan pada tahun ini juga ditemukan oleh seorang warga yaitu berupa 3 (tiga) buah batu besar yang terletak disebelah timur berbatasan dengan Sumatera Utara, maka dengan itu kampung Suka Mulia awalnya bernama Desa Batu Tiga.

Sekitar pada tahun 1947-1959, kampung ini berganti pimpinan kembali dengan pemilihan kepala desa yang ketiga bernama OK Basar. Pada masa kepemimpinannya ini mulai dibangun tempat sarana sekolah SD Suka Mulia, nama Suka Mulia diambil dari perkumpulan tokoh-tokoh terdahulu.

Kampung Suka Mulia saat ini terdiri dari 5 (lima) dusun yaitu :

1. Dusun Mawar
2. Dusun Melati

⁷⁹ Dokumen Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang Tahun 2019.

3. Dusun Anggrek
4. Dusun Nusa Indah
5. Dusun Cempaka

Secara umum keadaan topografi desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang merupakan wilayah dataran Rendah yang berbatasan langsung sebelah utara dengan Kampung Suka Rakyat, Sebelah Selatan dengan Kampung Salahaji sebelah Timur dengan Kampung Perapen dan Sebelah Barat dengan Kampung Suka Rahmat, dengan mayoritas Lahan Pertanian, Perkebunan dan Perumahan masyarakat.

Desa Suka Mulia terletak di wilayah kemukiman Suka Mulia dengan luas wilayah sekitar \pm 412 Hektar. Ketinggian tanah \pm 500 s/d 700 Meter dari Permukaan Laut dengan suhu antara 24° s/d 33° Celcius.⁸⁰

Tabel 4.1
Orbitrasi

No	Uraian	Satuan		Keterangan
I	Orbitasi Umum			
1	Jarak ke ibu kota provinsi	580	Km	-
2	Jarak ke ibu kota kabupaten	14	Km	-
3	Jarak ke ibu kota kecamatan	10	Km	-
II	Orbitasi Khusus			
1	Jarak ke gunung	60	Km	-
2	Jarak ke laut	22	Km	Serang Jaya
3	Jarak ke sungai	7	Km	Sungai Tamiang
4	Jarak ke pinggiran hutan	-	Km	-
5	Jarak ke pasar	10	Km	Kuala Simpang
6	Jarak ke pelabuhan	40	Km	Kuala Langsa
7	Jarak ke bandar udara	160	Km	Kuala Namu
8	Jarak ke terminal	12	Km	Kualasimpang
9	Jarak ke kantor polisi/militer	10	Km	Polsek/Koramil Rantau
10	Jarak ke tempat wisata	-	Km	-

⁸⁰ *Ibid*

Sumber: Dokumen Desa Suka Mulia, 2019

4.1.2. Struktur Organisasi

Adapun susunan struktur organisasi desa Suka Mulia Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang sebagai berikut :

Tabel 4.2
Struktur Organisasi Desa Suka Mulia

NO	Nama	Jabatan
1.	Boeran	Kepala Desa
2.	Sutimin	Skretaris Desa
3.	Misran	Kaur. Pemerintahan
4.	Katimin	Kaur. Pembangunan
5.	Kamidi	Kaur. Umum
6.	Permadi	Kepala Dusun Mawar
7.	Jumakir	Kepala Dusun Melati
8.	Wartam	Kepala Dusun Anggrek
9.	Sampin	Kepala Dusun Nusa Indah
10.	Misdi	Kepala Dusun Cempaka

Sumber: Dokumen Desa Suka Mulia, 2019

Total jumlah perangkat di desa Suka Mulia Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang adalah sebanyak 10 (sepuluh) orang.

4.1.3. Keadaan Ekonomi Masyarakat Desa Suka Mulia

Desa Suka Mulia merupakan salah satu desa yang sebahagian besar penduduknya berprofesi sebaga petani. Namun tidak menutup kemungkinan juga masyarakat Desa Suka Mulia berprofesi sebagai pedagang, buruh dan lain sebagainya karena, terkadang masyarakat juga memiliki mata pencaharian ganda, hal ini disebabkan oleh faktor adanya kesempatan bekerja apabila sedang ada peluang, seperti menjadi buruh proyek bangunan di desa mereka.

Tabel 4.3
Jenis Mata Pencaharian Masyarakat Desa Suka Mulia

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	Satuan
1.	a. Pertanian/ Perkebunan	288	Orang
2.	b. Perdagangan	56	Orang
3.	c. Peternakan	2	Orang
4.	d. Pendidikan/ Guru	67	Orang
5.	e. Angkutan/ Transportasi	9	Orang
6.	f. Jasa/ Perbengkelan	4	Orang
7.	g. Pengrajin/ Industri Rumah Tangga	16	Orang
8.	h. Wiraswasta	187	Orang
9.	i. PNPS/ TNI/ Polri	47	Orang
10.	j. Karyawan Swasta	78	Orang
11.	k. Bidan	1	Orang

Sumber: Dokumen Desa Suka Mulia Tahun 2019

4.1.4. Visi dan Misi Desa Suka Mulia

a. Visi

Visi adalah sebagai pandangan masa depan tentang kondisi ideal yang diinginkan oleh pemerintah desa, visi juga merupakan alat bagi pemerintah desa dan pelaku pembangunan lainnya untuk melihat, menilai atau memberi predikat terhadap kondisi desa yang diinginkan. Adapun visi Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang adalah Terwujudnya Desa Suka Mulia yang Sejahtera, Makmur dan Terdepan Dalam Bidang Perekonomian Berdasarkan Keimanan.

b. Misi

1. Bidang Infrastruktur/Sarana dan Prasarana, yaitu menyediakan Sarana dan Prasarana Infrastruktur untuk Menunjang perekonomian masyarakat Desa Suka Mulia.

2. Bidang Ekonomi, yaitu meningkatkan sumber Pendapatan Asli Kampung (PAK) dan Sumber Pendapatan Masyarakat untuk Meningkatkan perekonomian dalam rangka menunjang pembangunan desa secara berkelanjutan.
3. Bidang Pendidikan dan Sosial Budaya, yaitu meningkatkan tingkat Pendidikan masyarakat dan penguatan Lembaga kelompok di Desa untuk meningkatkan peran masyarakat dalam pembangunan desa.
4. Bidang Pelayanan, yaitu menciptakan dan meningkatkan pembangunan desa yang partisipatif dan transparan.
5. Bidang Kesehatan, yaitu menyediakan fasilitas kesehatan yang memadai dan menciptakan lingkungan hidup yang lebih bersih, aman dan nyaman.

4.2. Deskriptif Responden Penelitian

Responden dari penelitian ini adalah masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang. Adapun yang termuat dalam kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pertanyaan mengenai identitas responden dan pernyataan mengenai variabel independen yaitu Sosial, religiusitas, dan Jangka Waktu Angsuran serta variabel dependen penelitian yaitu minat masyarakat menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

4.2.1. Deskriptif Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan umur dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Deskriptif Responden Berdasarkan Umur

Kelompok Umur	Jumlah Responden	Persentasi (%)
20-30	49	56%
31-40	27	31%
41-50	10	11%
>50	2	2%
Jumlah	88	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2020

Adapun dalam tabel 4.4 menunjukkan bahwa usia responden rata-rata berkisar antara 20 sampai 30 tahun sebanyak 49 responden atau sebesar 56%, usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 27 responden atau sebesar 31%, usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 10 responden atau sebesar 11%, dan responden yang berusia diatas 50 sebanyak 2 responden atau sebesar 2%.

4.2.2. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentasi (%)
Laki-laki	15	17%
Perempuan	73	83%
Jumlah	88	100%

Sumber: Data primer, diolah 2020

Adapun dalam tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 73 orang atau sebesar 83% sedangkan sisanya sebanyak 15 orang atau sebesar 17% merupakan responden laki-laki.

4.2.3. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan jenis pekerjaan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase%
Petani/ Perkebunan	26	30%
Pedagang	5	6%
Peternak	2	2%
Pendidikan/ Guru	10	11%
Angkutan/ Transportasi	1	1%
Jasa/ Perbengkelan	5	6%
Pengrajin	1	1%
Wiraswasta	16	18%
PNPS/ TNI/ Polri	5	6%
Karyawan Swasta	12	14%
Bidan	5	6%
Jumlah	88	100%

Sumber: Datan primer, diolah 2020

Adapun dalam tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis pekerjaan petani yaitu sebanyak 26 orang atau sebesar 30%, pedagang sebanyak 5 orang atau sebesar 6%, peternak sebanyak 2 atau sebesar 2%, pendidik/guru sebanyak 10 atau sebesar 11%, angkutan/transportasi sebanyak 1 atau sebesar 1%, jasa/ perbengkelan sebanyak 5 atau sebesar 6%, pengrajin sebanyak 1 ataaau sebesar 1%, wiraswasta sebanyak 16 orang atau sebesar 18%, dan PNPS/ TNI/ Polri sebanyak 5 orang atau sebesar 6%, karyawan swasta sebanyak 12 orang atau sebesar 14% dan bidan sebanyak 5 orang atau sebesar 6%

4.2.4. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pendidikan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.7
Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah Responden	Persentasi%
Tidak Sekolah	12	14%
SD	38	43%
SMP	15	17%
SMA	9	10%
D3	3	3%
Sarjana	11	13%
Jumlah	88	100%

Sumber: Data primer, diolah 2020

Adapun dalam tabel 4.7 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden dengan tingkat pendidikan SD yaitu sebanyak 38 orang atau sebesar 43%, tingkat SMP sebanyak 15 orang atau sebesar 17%, tingkat SMA sebanyak 9 orang atau sebesar 10%, tingkat D3 sebanyak 3 orang atau sebesar 3%, tingkat sarjana sebanyak 11 orang atau sebesar 13%, dan yang tidak sekolah sebanyak 12 orang atau sebesar 14%.

4.2.5. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan data primer yang telah diolah, maka hasil persebaran responden berdasarkan pendapatan bulanan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Deskriptif Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan Bulanan	Jumlah Responden	Persentasi%
< Rp. 1.000.000	13	15%
Rp. 1.000.000- 5.000.000	42	48%
Rp. 5.000.000-10.000.000	29	33%
>Rp.10.000.000	4	4%
Jumlah	88	100%

Sumber: Data primer, diolah 2020

Adapun tabel 4.8 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah responden dengan tingkat pendapatan sebanyak Rp. 1.000.000 sampai Rp. 5.000.000 yaitu sebanyak 42 orang atau sebesar 48%, tingkat pendapatan Rp. 5.000.000 sampai Rp. 10.000.000 sebanyak 29 orang atau sebesar 33%, tingkat pendapatan dibawah Rp. 1.000.000 sebanyak 13 orang atau sebesar 15%, dan tingkat pendapatan diatas Rp. 10.000.000 sebanyak 4 orang atau sebesar 4%.

4.3. Analisis Data Berdasarkan Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yaitu lingkungan (X1), dan religiusitas (X2), serta satu variabel terikat yaitu minat (Y). Data-data dari variabel ini di ungkap menggunakan angket atau kuesioner.

4.3.1. Variabel Lingkungan (X1)

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Lingkungan (X1)

Butir	Alternatif Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	1	1%	6	7%	35	40%	43	49%	3	3%
X1.2	1	1%	13	15%	21	24%	38	43%	15	17%
X1.3	0	0%	14	16%	16	18%	43	49%	15	17%
X1.4	1	1%	11	12%	39	44%	34	39%	3	3%
X1.5	0	0%	10	11%	38	43%	38	43%	12	14%
X1.6	0	0%	5	6%	37	42%	44	50%	2	2%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa sebagian responden dalam penelitian ini memilih jawaban Setuju (S) sebanyak 43 orang atau sebesar 49% dengan pernyataan “Bapak/ibu terbiasa oleh kebiasaan di lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar yang berinvestasi dalam bentuk hewan ternak”. Artinya, bahwa masyarakat dalam memilih jenis investasi masih dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial (orang lain) yaitu keluarga dan masyarakat sekitar.

4.3.2. Variabel Religiusitas (X2)

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Religiusitas (X2)

Butir	Alternatif Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0%	14	16%	26	30%	39	44%	9	10%
X2.2	0	0%	3	3%	31	35%	40	45%	14	16%
X2.3	0	0%	4	5%	48	55%	36	41%	0	0%
X2.4	0	0%	7	8%	36	41%	37	42%	8	9%
X2.5	0	0%	7	8%	32	36%	47	53%	2	2%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa sebagian responden dalam penelitian ini memilih jawaban Setuju (S) sebanyak 47 orang atau sebesar 53% dengan pernyataan “Bapak/ibu berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam barbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi bisnis secara non-riba)”. Artinya, masyarakat merasa takut dalam bertindak di dunia ini dan berusaha mematuhi perintah Allah dan menjauhkan hal yang dilarang-Nya, termasuk dalam memilih produk

4.3.4. Variabel Kurangnya Minat (Y)

Tabel 4.11
Distribusi Jawaban Responden Tentang Variabel Kurangnya Minat (Y)

Butir	Alternatif Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	0	0%	9	10%	18	20%	55	62%	6	7%
Y.2	0	0%	8	9%	40	45%	33	37%	7	8%
Y.3	0	0%	4	5%	34	39%	46	52%	4	5%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa sebagian responden dalam penelitian ini memilih jawaban Setuju (S) sebanyak 46 orang atau sebesar 52% dengan pernyataan “Bapak/ibu tidak berminat menggunakan produk MULIA

Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda karena pengaruh orang lain”. Artinya, ada pengaruh dari orang lain yang membuat kurangnya minat masyarakat pada produk tersebut.

4.4. Hasil Analisis Data

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Cara mengetahui valid atau tidak suatu instrument dengan cara membandingkan r hitung dengan r table. Jika r table $<$ r hitung maka dikatakan valid, dan jika r table $>$ r hitung maka tidak valid, dengan taraf signifikan 5% (0,05).

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	R hitung	R table	Keterangan
Lingkungan (X1)	X1.1	0,693	0,213	Valid
	X1.2	0,605	0,213	Valid
	X1.3	0,466	0,213	Valid
	X1.4	0,474	0,213	Valid
	X1.5	0,476	0,213	Valid
	X1.6	0,622	0,213	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,716	0,213	Valid
	X2.2	0,508	0,213	Valid
	X2.3	0,441	0,213	Valid
	X2.4	0,613	0,213	Valid
	X2.5	0,458	0,213	Valid
Kurangnya Minat (Y)	Y.1	0,612	0,213	Valid
	Y.3	0,715	0,213	Valid
	Y.4	0,535	0,213	Valid

Sumber: (data diolah) dari kuesioner

Berdasarkan hasil uji validitas (kekosistenan) yang terlihat pada tabel 4.12, maka dapat diketahui bahwa masing-masing item pernyataan yang berjumlah 14,

yang dijawab oleh 88 responden memiliki r hitung $>$ r tabel (0,213) dan bernilai positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan tersebut valid.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya. Instrument penelitian ini dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60, dimana pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS. Adapun hasil output perhitungan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Lingkungan (X1)	0,60	0,655	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,60	0,648	Reliabel
Kurangnya Minat (Y)	0,60	0,662	Reliabel

Sumber: (data diolah) dari kuesioner

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa *Cronbach Alpha* dari ketiga variabel mempunyai nilai $>$ 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa reliabilitas alat ukur tersebut dapat diterima.

4.5. Uji Asumsi Klasik

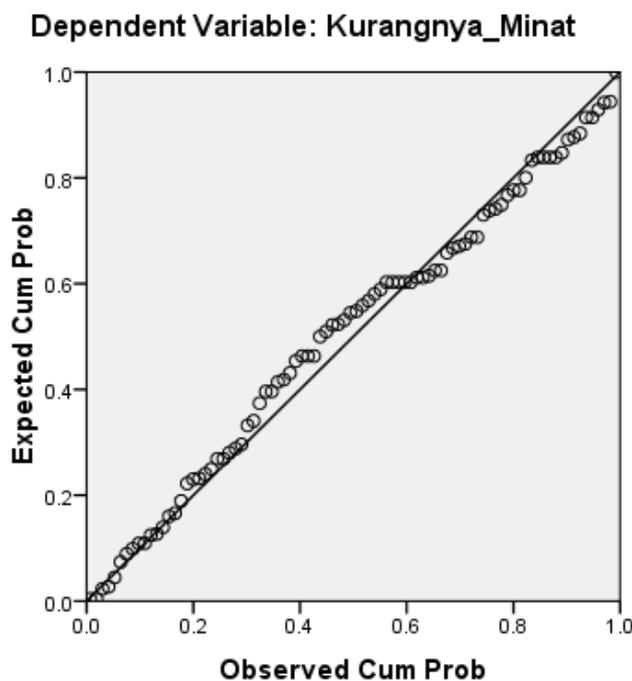
Pengujian ini bertujuan untuk menilai penduga yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda, maka datanya harus memenuhi asumsi klasik sebagai berikut :

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistic parametik. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat tampilan normal probability plot. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Uji Hasil Normalitas – Grafik Normal Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: SPSS 16 data diolah tahun 2020

Berdasarkan hasil pengujian grafik normal probability plot, tampak bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Keberadaan multikolinearitas dalam suatu regresi akan mengganggu hasil regresi penelitian, sehingga tidak menghasilkan parameter yang efisien dan efektif yang akan membuat kesalahan dalam parameter yang dihasilkan. Pengujian multikolinearitas ini dilakukan dengan cara melihat nilai VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan tolerance $> 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi korelasi sempurna antara variabel independen dan sebaliknya.

Adapun hasil perhitungan nilai VIF dan tolerance yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada table 4.14:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012		
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003	.707	1.415
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001	.707	1.415

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

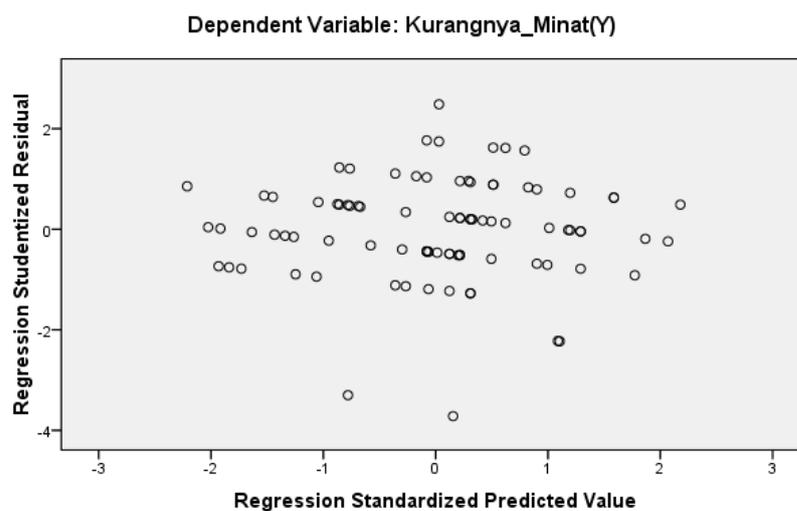
Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa angka dari variabel independen semuanya menunjukkan angka $> 0,10$ hal ini berarti bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Kemudian untuk angka variabel VIF < 10 . Dengan demikian

dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

4.5.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat apakah pengambilan sampel dilakukan dengan benar pada populasi yang tepat atau dengan kata lain apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual regresi. Suatu model regresi yang mengandung heterokedastisitas akan menghasilkan parameter yang bias yang akan menyebabkan kesalahan dalam perlakuan. Heterokedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas atau titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas. Adapun hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.2:

Gambar 4.2
Hasil Uji heterokedastisitas



Sumber: SPSS 16 data diolah tahun 2020

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa persebaran data tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

4.6. Analisis Regresi Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

Sumber: SPSS 16 data diolah tahun 2020

Persamaan regresi linear berganda yang didapatkan dari hasil perhitungan SPSS 16, dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 2,952 + 0,168 + 0,234$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. Dari persamaan koefisien regresi diatas, konstanta adalah sebesar 2,952 menyatakan bahwa variabel Lingkungan, dan Religiusitas dalam keadaan konstan (tetap), maka nilai dari Minat adalah sebesar 2,952.

2. Koefisien regresi variabel Lingkungan (X_1) adalah sebesar 0,168. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Sosial, maka akan menaikkan variabel Minat sebesar 16,8%, dengan asumsi variabel independent lain dianggap konstan (tetap). Begitu juga sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel Sosial, maka akan menurunkan variabel Minat sebesar 16,8%, dengan asumsi variabel independent lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0,168) menunjukkan bahwa pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.
3. Koefisien regresi variabel Religiusitas (X_2) adalah sebesar 0,234. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Religiusitas, maka akan menaikkan variabel Religiusitas sebesar 23,4%, dengan asumsi variabel independent lain dianggap konstan (tetap). Sebaliknya, setiap penurunan 1% variabel Religiusitas, maka akan menurunkan variabel Minat sebesar 23,4%, dengan asumsi variabel independent lain dianggap konstan (tetap). Nilai koefisien positif (0,234) menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

4.7. Uji Hipotesis

4.7.1. Uji t (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel Lingkungan (X_1), dan Religiusitas (X_2) secara parsial atau individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau variabel Kurangnya Minat (Y). untuk

melihat apakah variabel bebas dan variabel terikat mempunyai pengaruh signifikan, dan dari t_{hitung} suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai $t_{tabel} = 5\%$: derajat kebebasan (dk) = $N - \text{variabel bebas} = 88 - 2 = 86$. Maka nilai t_{tabel} adalah sebesar 86 yaitu:

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

Sumber: SPSS 16 diolah tahun 2020

1. Pengaruh Sosial terhadap Kurangnya Minat.

Hipotesis:

H_0 : Lingkungan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_a : Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Hasil uji t pada variabel Lingkungan memiliki nilai T hitung sebesar 3,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Nilai $\text{Sig} < 0,05$ ($0,003 > 0,05$), maka keputusannya adalah H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya yaitu variabel

Lingkungan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Adapun untuk melihat pengaruh lingkungan terhadap kurangnya minat masyarakat juga dapat dengan menilai T_{hitung} dengan T_{tabel} . Dari tabel diatas diketahui nilai T_{hitung} lingkungan 3,061. Karena nilai T_{hitung} 3,061 > T_{tabel} 1,987, maka dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima. Artinya variabel lingkungan secara parsial berpengaruh positif namun dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Kurangnya Minat

Hipotesis:

H_{02} : Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_{a2} : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda

Hasil uji t pada variabel Religiusitas memiliki nilai T_{hitung} sebesar 3,338 dengan nilai signifikan 0,001. Nilai Sig < 0,05 (0,001 > 0,05), maka keputusan H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, artinya yaitu religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Adapun untuk melihat pengaruh Religiusitas terhadap Kurangnya Minat juga dapat dengan menilai T_{hitung} dengan T_{tabel} . Dari tabel diatas diketahui nilai T_{hitung}

Religiusitas $3,338 > T_{\text{tabel}} 1,987$, maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan Religiusitas (X_2) terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

4.7.2. Uji F (Simultan)

Uji F merupakan suatu pengujian regresi untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji f ini dapat dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dan nilai signifikan.

Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut:

H_0 : Lingkungan, dan Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

H_a : Lingkungan, dan Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Tabel 4.17
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.094	2	29.047	22.338	.000 ^a
	Residual	110.531	85	1.300		
	Total	168.625	87			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan

b. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka

keputusan H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya yaitu variabel lingkungan, dan religiusitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Adapun cara lain untuk melihat uji F ini dapat membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} . Caranya yaitu dengan menentukan nilai derajat bebas (df) untuk membilang (df1) dengan rumus $df1 = k-1$. Kemudian menentukan derajat bebas/*degree of freedom* (df) untuk penyebut df2 dengan rumus $df2 = n-k$. Dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah data. Dalam penelitian ini nilai $k = 3$ dan $n = 88$. Maka nilai df1 dalam penelitian ini adalah $df1 = 3-1 = 2$ dan $df2 = 88 - 3 = 85$, sehingga dengan melihat nilai F tabel. Dari tabel diatas diketahui F hitung sebesar 3,472. Sehingga dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,338 > 3,10$), artinya Variabel Lingkungan, dan Religiusitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

4.8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent/bebas (Lingkungan dan Religiusitas) menjelaskan variabel dependen/terikat (Kurangnya Minat).

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.345	.329	1.140

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.19, diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,345 atau 34,5%. Besarnya koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel *independent* yang terdiri dari variabel Lingkungan (X1) dan Religiusitas (X2) mampu menjelaskan variabel *dependen* yaitu Kurangnya Minat (Y) sebesar 34,5 %, sedangkan sisanya 65,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.9. Hasil Pembahasan

Setelah peneliti memperoleh data-data dari observasi, dokumentasi, kuesioner, dan data-data kepustakaan baik yang diperoleh langsung jurnal-jurnal, skripsi, dokumen dan buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal Di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupataen Aceh Tamiang)”. Maka sebagai langkah selanjutnya peneliti akan menganalisis data yang telah peneliti kumpulkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Lingkungan Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Pernyataan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa variabel Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda adalah sebesar 0,168. Nilai signifikansi untuk variabel Lingkungan sebesar $0,003 < \alpha 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis 1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Sehingga Semakin tinggi pengaruh lingkungan maka semakin tinggi pula tingkat kurangnya minat masyarakat tersebut.

Dalam hal ini penelitian yang penulis lakukan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Endah Nur Rahmawati, dkk, “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah” yang menunjukkan hasil yang sama dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa faktor lingkungan berpengaruh secara signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat.

Faktor lingkungan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat karena kebiasaan yang berkembang dalam suatu lingkungan masyarakat tertentu akan mempengaruhi cara dan pola berpikir masyarakat. Hal ini sesuai dengan keadaan masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang dimana setiap masyarakat memiliki minat yang berbeda dan tidak tetap, hal ini dikarenakan pengaruh sosial dimana masyarakat terpengaruh oleh kebiasaan yang sudah diterapkan oleh keluarga dan masyarakat sekitar

sehingga sulit untuk dilepaskan. Sehingga semakin tinggi tingkat pengaruh lingkungan maka dapat menurunkan tingkat minat masyarakat tersebut.

Hal ini jelas terlihat berdasarkan hasil kuesioner yang peneliti bagikan kepada responden dimana terdapat sebanyak 43 orang atau sebesar 49% menjawab Setuju (S) dengan pernyataan “Bapak/ibu terbiasa oleh kebiasaan di lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar yang berinvestasi dalam bentuk hewan ternak”. Artinya, bahwa masyarakat dalam memilih jenis investasi masih dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial (orang lain) yaitu keluarga dan masyarakat sekitar.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Pernyataan hipotesis kedua yang menyatakan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda adalah sebesar 0,234. Nilai signifikansi untuk variabel Sosial sebesar $0,001 < \alpha 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan hipotesis 2 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Sehingga Semakin tinggi pengaruh Religiusitas maka semakin tinggi pula tingkat kurangnya minat masyarakat tersebut.

Dalam hal ini penelitian yang penulis lakukan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Meyka Cahyaningrum Winarni, ” Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syariah. (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kabupaten Grobogan)” namun

menunjukkan hasil berbeda dimana dalam penelitiannya menunjukkan bahwa faktor Religiusitas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat.

Faktor Religiusitas merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat karena religiusitas suatu masyarakat tertentu akan mempengaruhi cara dan pola berpikir masyarakat tersebut semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat maka semakin berhati-hati dalam melakukan muamalah salah satunya dalam memilih produk yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak melenceng dari peraturan syariat Islam seperti bebas dari unsur riba. Hal ini sesuai dengan keadaan masyarakat di Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten Aceh Tamiang dimana masyarakat merasa ragu akan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda karena adanya pendapat atau isu yang beredar dari mulut-kemulut maupun media sosial yang mengatakan bahwa emas tidak boleh dibeli secara kredit atau angsur.

Hal ini jelas terlihat berdasarkan hasil kuesioner yang peneliti bagikan kepada responden dimana terdapat 47 orang atau sebesar 53% dengan pernyataan “Bapak/ibu berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam barbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi bisnis secara non-riba)”. Artinya, masyarakat merasa takut dalam bertindak di dunia ini dan berusaha mematuhi perintah Allah dan menjauhkan hal yang dilarang-Nya, termasuk dalam memilih produk.

3. Pengaruh Lingkungan, dan Religiusitas Terhadap Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji hipotesis secara simultan yang dinotasikan dalam uji F menyatakan bahwa bersama-sama terjadi pengaruh antara variabel lingkungan, dan religiusitas terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Hal ini dapat dilihat dari uji F yang telah dilakukan di atas, perhitungan nilai F yaitu sebesar 22,338 dan nilai signifikansi F yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor lingkungan, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Selain itu dari perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,345 (34,5%), yang menunjukkan bahwa kontribusi variabel lingkungan, dan religiusitas dalam menjelaskan variabel Kurangnya Minat sebesar 34,5% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan dapat dikemukakan beberapa hal yang merupakan kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji T (parsial) variabel Lingkungan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kurangnya Minat (Y) Masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda dengan nilai sig < 0,05 ($0,003 < 0,05$) dan persentase sebesar 0,320 atau 32,0%. Artinya variabel lingkungan berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Karena menurut peneliti pengaruh lingkungan membuat masyarakat sulit melepaskan kebiasaan yang ada dilingkungan keluarga maupun masyarakat itu sendiri yaitu investasi dalam bentuk hewan ternak sehingga dapat menimbulkan kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.
2. Berdasarkan hasil uji T (parsial) variabel Religiusitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat (Minat) masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda dengan nilai sig < 0,05 ($0,001 < 0,05$) dan persentase sebesar 0,349 atau 34,9%. Artinya variabel religiusitas berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda. Karena menurut peneliti semakin tinggi tingkat

religiusitas masyarakat maka dapat menurunkan minat masyarakat karena adanya pendapat yang mengatakan emas tidak boleh dibeli dengan cara cicil atau angsur sehingga masyarakat merasa ragu akan kehalalan produk tersebut.

3. Berdasarkan hasil uji F melihat perolehan nilai F_{tabel} 3,10 dan F_{hitung} sebesar 22,338. Sehingga dapat disimpulkan $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($22,338 > 3,10$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Artinya, variabel Lingkungan, dan Religiusitas secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat pada produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang terkait atas penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat peneliti sampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan/ Lembaga Pembiayaan
 - a. Perlu adanya sosialisasi lagi mengenai produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda kepada masyarakat agar masyarakat mengerti mekanisme produk tersebut sehingga tidak terjadi kesalahpahaman masyarakat mengenai isu bahwa produk tersebut diragukan kehalalannya dan dapat menjelaskan kepada masyarakat tentang keunggulan dalam berinvestasi emas lebih menguntungkan dan rendah resiko dibandingkan investasi dalam bentuk hewan ternak, sehingga dapat

merubah pola pikir masyarakat yang awam terhadap investasi emas dan bisa terlepas dari kebiasaan keluarga atau nenek moyang yang berinvestasi dalam bentuk hewan ternak.

2. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi penelitian dan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian ini dengan menambah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, Djameludin. 2011, *Psikologi Islam: Sosialisai Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anoraga, Pandji. 2009, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsimi, 2013, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*", (Jakarta: Rineka Cipta)
- Assauri, Sofyan. 2011, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Departemen Pendidikan Nasional, 2013. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama),
- Dipraja, Sholeh. 2011. *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede*. Jakarta: PT. Tangga Pustaka.
- Dokumen Pegadaian UPS Kejuruan Muda, Kabupaten Aceh Tamiang Tahun 2018-2019.
- Firmani, Brigitta Tyas. 2008, *Pengaruh Jangka waktu, Suku Bunga, dan Jaminan kredit Terhadap Besarnya Kredit Macet (Studi kasus PD. BPR BKK Purwokerto Utara cabang Banyumas)*. Skripsi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Fuadi, Afnan, 2020, *Keragaman Dalam Dinamika Sosial Budaya Kompetensi Sosial Kultural Perikat Bangsa*, (Yogyakarta: Deepublish Budi Utama)
- Ghazali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan program SPSS 19*, Semarang, Bandar Penerbit UNDIP.
- Ismail. 2005, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Jalaluddin, 2015, *Psikologi Agama*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Karim, Adiwarmarman. 2011. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Press.

- Kasmir. 2014, *Kewirausahaan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Kasmir. 2014. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media.
- Khotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2011, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Kotler dan Philip, 2014, "*Marketing Jilid II*", (Jakarta: Penerbit Erlangga)
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran, edisi ketigabelas, jilid I*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, perencanaan, implementasi dan kontrol*. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Masruroh, Hanifatul, 2019, *Pengaruh gaya hidup, uang muka, harga dan jangka waktu angsuran terhadap minat pembiayaan kepemilikan sepeda motor (Studi kasus masyarakat muslim di Kelurahan Wetes Kecamatan Ngaliyan)*, (Skripsi, UIN Walisongo Semarang).
- Misbahuddin dan Iqbal, 2013, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi ke 2*, (Jakarta: Bumi Aksara).
- Muhammad. 2002, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah Yogyakarta*: UPP AMP YKPN.
- Nitisusastro, Mulyadi, 2013, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta).

- Observasi di desa Suka Mulia Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang, 26 Agustus 2020.
- Prasetijo, Ristiyani , 2012, John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset).
- Pujiastuti, Y. Sri, dkk, 2013, *IPS Terpadu untuk SMP dan MTs kelas VII*, (Jakarta: Erlangga).
- Pusat Bahasa, 2013, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi keempat, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Rahmawati ,Endah Nur, dkk, 2017, *Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah*, Jurnal I'Anil Islam, Vol. 10 Nomor 1.
- Santoso. 2010. *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Saraswati, Mila dan Widaningsih, Ida, 2013, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: Grafindo Media Pratama).
- Shihab, M. Quraish, 2012, *Tafsir Al Misbah Kesan dan Kecerahan Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati).
- Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung : CV Alfabeta).
- Shinta, Agustina, 2011, *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press)
- Sugiyono, 2016, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta).
- Sugono, Dendy, 2013, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Departemen Pendidikan Nasional, :Jakarta.

Suharso, Puguh, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktif*, (Jakarta: PT Indeks).

Sujarweni, Wiratna, 2015, "*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*", (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).

Tim Mitra Guru, 2013, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: Erlangga).

Widyartati, Penta, 2016, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pinjaman Macet Dana Bergulir di BKM Sendang Mukti Kelurahan Sendangguwo Kecamatan Tembalang Kota Semarang*, Jurnal STIE Semarang, Vol. 8 No. 3 (ISSN: 2085-5656).

Yulaifah, Atin, 2011, *Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Study kasus pada masyarakat Ciputat pengguna jasa Perbankan Syariah*, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).

<https://kbbi.web.id/faktor.html>, diakses Tanggal 9 Desember 2020

<https://kbbi.web.id/produk.html>, diakses Tanggal 9 Desember 2020.

<http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/>.pdf Diakses Pada 15 Februari 2021.

www.pegadaian.co.id>produk>mulia, diakses Tanggal 21 September 2020.

www.pegadaiansyariah.co.id., diakses Tanggal 21 Maret 2020.

[www.sarjanaku.com/2012/12/Pengertian Minat Menurut Para Ahli.html](http://www.sarjanaku.com/2012/12/Pengertian%20Minat%20Menurut%20Para%20Ahli.html). Diakses pada hari senin tanggal 06 Oktober 2020.

LAMPIRAN I:
Kuesioner Uji Coba Instrumen Penelitian

KATA PENGANTAR

Kepada Yth. Bpk/Ibu/Sdr.....
Di tempat
Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Pada Produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda (Studi Kasus Masyarakat Desa Suka Mulia Kecamatan Rantau Kabupaten Aceh Tamiang)”**, maka saya:

Nama : Riska Lestari

NIM : 4012016175

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk meluangkan waktu guna mengisi angket ini untuk keperluan penelitian. Jawaban Bapak/Ibu/Sdr merupakan pendapat pribadi sesuai dengan yang Bapak/Ibu/Sdr alami. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban dianggap benar.

Identitas dan keterangan yang telah Bapak/Ibu/Sdr berikan akan dijaga kerahasiaannya, sehingga tidak perlu ragu untuk memberikan jawaban karena hanya untuk kepentingan penelitian penyusun skripsi. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr dalam meluangkan waktu untuk mengisi angket ini peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

Riska Lestari
NIM. 4012016175

ANGKET PENELITIAN

A. Identitas Responden

Pilihlah jawaban yang tersedia dengan cara memberi tanda silang (X).

1. Jenis Kelamin:

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Umur :

3. Pekerjaan :

4. Pendapatan :

a. < Rp. 1.000.000

b. Rp. 1.000.000-5.000.000

c. Rp. 5.000.000-10.000.000

d. >Rp. 10.000.000

5. Pendidikan Terakhir :

a. Tidak Sekolah

b. SD

c. SMP

d. SMA

e. S1

f. S2

g. S3

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban dari setiap pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan/perasaan diri Anda, dengan cara memberi tanda *check list* (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan:

- 1. Sangat Setuju : SS
- 2. Setuju : S
- 3. Kurang Setuju : KS
- 4. Tidak Setuju : TS
- 5. Sangat Tidak Setuju : STS

C. Variabel Lingkungan (X1)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Jarak Pegadaian UPS Kejuruan Muda jauh dari tempat tinggal bapak/ ibu.					
2.	Fasilitas yang disediakan oleh Pegadaian UPS Kejuruan Muda kurang memadai.					
3.	Bapak/ibu terbiasa oleh kebiasaan di lingkungan keluarga dan masyarakat sekitar yang berinvestasi dalam bentuk hewan ternak.					
4.	Bapak/ibu dalam memilih jenis investasi melibatkan pendapat teman dekat.					
5.	bapak/ibu memilih jenis investasi berdasarkan yang dilakukan oleh orang tua..					
6.	Bapak/ibu dalam memilih jenis investasi berdasarkan posisi (jabatan) dalam pekerjaan.					

D. Variabel Religiusitas (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bapak/ibu meyakini bahwa Allah SWT maha melihat segala sesuatu yang dilakukan manusia di dunia ini.					
2.	Bapak/ibu mengerjakan perintah agama islam seperti shalat, puasa, zakat, haji (jika mampu) dan menjauhi larangan-Nya.					
3.	Bapak/ibu merasa tenang dan bahagia ketika menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi larangan-Nya.					
4.	Bapak/ibu mengetahui hukum-hukum islam khususnya terkait dalam ilmu ekonomi Islam (muamalah).					
5.	Bapak/ibu berusaha mematuhi serta menjalankan norma-norma islam dalam barbudaya, bermasyarakat, berpolitik dan berekonomi (transaksi bisnis secara non-riba).					

E. Variabel Kurangnya Minat (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bapa/ibu kurang berminat menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda atas dasar keinginan sendiri.					
2.	Bapak/ibu tidak berkeinginan menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda, karena ada nya isu/pendapat yang mengatakan emas tidak boleh dibeli dengan cara cicil.					
3.	Bapak/ibu tidak berminat menggunakan produk MULIA Personal di PT. Pegadaian UPS Kejuruan Muda karena pengaruh orang lain.					

LAMPIRAN II

Koding Data

NO	Lingkungan(X1)						Jlh	Religiusitas (X2)					Jlh	Kurangnya Minat (Y)			Jlh
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		Y1.1	Y1.2	Y1.3	
1	4	4	5	3	4	4	24	4	3	4	3	4	18	5	4	4	13
2	4	3	5	3	3	4	22	3	4	4	3	4	18	5	3	4	12
3	2	3	5	4	4	2	20	3	3	3	4	2	15	5	4	5	14
4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	19	5	4	4	13
5	4	5	4	4	3	4	24	3	4	3	3	4	17	4	3	4	11
6	4	4	4	3	4	4	23	4	5	3	4	3	19	4	4	4	12
7	4	4	4	3	3	4	22	4	3	3	3	4	17	4	3	4	11
8	4	5	4	3	4	4	24	5	3	4	4	4	20	4	4	4	12
9	3	2	4	2	4	3	18	4	5	3	4	4	20	4	4	3	11
10	4	3	4	2	4	4	21	3	5	3	3	4	18	4	4	4	12
11	3	3	4	4	4	3	21	3	5	4	4	2	18	4	4	3	11
12	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	20	4	3	3	10
13	4	4	4	3	4	4	23	5	4	4	3	4	20	4	4	4	12
14	5	4	4	3	3	3	22	4	4	3	4	4	19	3	3	4	10
15	4	3	3	3	4	4	21	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11
16	3	4	4	3	3	3	20	5	4	3	4	4	20	4	3	3	10
17	4	4	4	3	3	4	22	2	4	2	4	3	15	4	3	4	11
18	4	3	4	3	4	4	22	3	4	2	4	4	17	4	4	4	12
19	4	3	4	3	4	4	22	3	4	4	4	3	18	4	4	4	12
20	3	3	4	4	4	3	21	4	3	3	3	3	16	4	4	3	11
21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12
22	3	3	4	2	4	3	19	4	4	3	3	3	17	4	4	3	11
23	3	4	4	4	3	3	21	3	3	3	4	4	17	3	3	3	9
24	4	3	4	4	3	4	22	4	4	3	3	3	17	3	3	4	10
25	4	3	4	3	3	4	21	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11
26	3	4	4	4	3	3	21	3	4	3	4	4	18	4	3	3	10
27	3	4	5	3	3	3	21	3	4	3	4	4	18	4	3	3	10
28	4	3	2	4	2	4	19	3	4	4	4	3	18	4	2	4	10
29	4	4	3	4	2	4	21	3	3	3	3	4	16	4	2	4	10
30	4	4	3	3	2	4	20	4	3	4	2	4	17	3	2	4	9
31	3	4	3	4	3	3	20	4	3	4	3	3	17	4	3	3	10
32	3	3	2	3	3	3	17	3	3	3	3	3	15	5	3	3	11
33	4	3	5	4	3	4	23	3	5	3	3	4	18	5	3	4	12
34	3	3	2	2	3	3	16	3	5	4	3	3	18	4	3	3	10
35	4	3	4	3	4	4	22	3	4	3	4	4	18	4	4	4	12
36	3	2	4	3	3	3	18	2	4	3	3	3	15	4	3	3	10
37	4	4	4	3	5	4	24	4	4	3	5	4	20	4	5	4	13
38	4	3	4	4	3	4	22	3	2	4	3	4	16	2	3	4	9
39	3	4	3	4	4	3	21	4	4	3	4	3	18	4	4	3	11
40	3	4	3	4	3	3	20	4	4	3	3	3	17	4	3	3	10
41	3	3	4	4	4	3	21	3	5	4	4	3	19	2	4	3	9
42	3	2	4	4	3	3	19	2	3	4	3	3	15	3	3	3	9
43	2	2	2	2	2	4	14	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6
44	4	2	5	3	3	4	21	2	3	3	3	4	15	3	3	4	10
45	4	2	2	3	4	4	19	2	3	3	4	4	16	3	4	4	11
46	3	2	4	3	3	3	18	2	3	4	3	3	15	3	3	3	9
47	3	4	4	3	3	3	20	4	5	3	3	3	18	3	3	3	9
48	4	4	4	4	3	4	23	4	5	3	3	4	19	2	3	4	9
49	2	4	4	4	3	2	19	4	5	3	3	2	17	4	3	2	9
50	4	5	5	4	2	4	24	3	4	4	2	4	17	2	2	4	8
51	4	5	5	4	2	4	24	5	4	4	2	4	19	4	5	4	13
52	4	2	4	3	3	4	20	2	4	4	3	4	17	4	3	4	11
53	4	2	5	2	3	4	20	2	3	3	3	4	15	4	3	4	11

54	3	2	4	3	3	3	18	2	3	3	3	3	14	4	3	3	10
55	2	2	2	2	2	2	12	4	4	3	4	3	18	4	4	3	11
56	3	4	2	4	4	3	20	4	4	4	4	3	19	4	4	3	11
57	3	2	3	4	4	3	19	2	4	4	4	3	17	4	4	3	11
58	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	4	4	19	3	4	4	11
59	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	5	4	22	4	5	4	13
60	3	4	5	4	2	3	21	4	4	3	2	3	16	4	2	3	9
61	4	4	5	4	5	4	26	4	3	4	5	4	20	3	2	4	9
62	3	4	3	5	4	3	22	4	5	3	4	3	19	4	4	3	11
63	4	5	3	3	5	4	24	5	3	3	5	4	20	3	5	4	12
64	3	5	3	3	4	3	21	5	3	4	4	3	19	4	4	3	11
65	4	5	3	3	3	4	22	3	3	4	3	4	17	4	3	4	11
66	3	3	4	3	4	3	20	3	4	5	4	3	19	3	4	3	10
67	4	4	4	3	3	4	22	4	3	4	3	4	18	4	3	4	11
68	4	4	4	2	4	4	22	4	3	3	4	4	18	4	4	4	12
69	4	4	4	4	5	4	25	4	3	3	5	4	19	2	5	4	11
70	3	4	5	4	3	3	22	4	4	4	3	3	18	4	3	3	10
71	3	4	2	4	4	3	20	4	4	3	4	3	18	4	4	3	11
72	4	4	2	4	5	4	23	4	4	4	5	4	21	3	5	4	12
73	4	4	3	4	5	4	24	4	4	4	5	4	21	3	5	4	12
74	4	3	4	4	5	4	24	3	4	3	5	4	19	3	5	4	12
75	3	3	3	2	4	3	18	3	4	4	4	3	18	3	4	3	10
76	3	4	5	3	4	3	22	4	5	3	4	3	19	4	4	3	11
77	4	1	5	3	4	4	21	4	5	4	4	4	21	2	4	4	10
78	4	3	2	3	2	4	18	4	5	3	2	4	18	2	2	4	8
79	2	4	4	3	4	2	19	4	3	4	4	2	17	4	4	2	10
80	3	4	4	5	4	3	23	4	3	3	4	3	17	3	4	3	10
81	3	5	4	2	3	3	20	3	3	3	3	3	15	4	3	3	10
82	5	5	4	3	4	5	26	5	3	4	4	5	21	3	4	5	12
83	3	5	3	3	4	3	21	5	3	3	4	3	18	4	4	3	11
84	5	5	2	4	3	4	23	3	3	4	3	4	17	4	3	4	11
85	5	5	4	4	3	5	26	2	2	3	3	5	15	2	3	5	10
86	3	5	2	5	3	3	21	3	4	4	3	3	17	4	3	3	10
87	3	5	5	3	3	3	22	2	3	3	3	3	14	4	3	3	10
88	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10	2	2	2	6

LAMPIRAN III :**Hasil Uji Persyaratan Analisis****1. Hasil Uji Validitas:****a. Uji Validitas Lingkungan (X1)**

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	total
X1.1	Pearson Correlation	1	.244'	.157	.092	.153	.875''	.693''
	Sig. (2-tailed)		.022	.143	.392	.154	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
X1.2	Pearson Correlation	.244'	1	.025	.327''	.106	.157	.605''
	Sig. (2-tailed)	.022		.819	.002	.325	.144	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
X1.3	Pearson Correlation	.157	.025	1	.025	.080	.139	.466''
	Sig. (2-tailed)	.143	.819		.816	.457	.197	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
X1.4	Pearson Correlation	.092	.327''	.025	1	.112	.020	.474''
	Sig. (2-tailed)	.392	.002	.816		.299	.850	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
X1.5	Pearson Correlation	.153	.106	.080	.112	1	.120	.476''
	Sig. (2-tailed)	.154	.325	.457	.299		.267	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
X1.6	Pearson Correlation	.875''	.157	.139	.020	.120	1	.622''
	Sig. (2-tailed)	.000	.144	.197	.850	.267		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88
total	Pearson Correlation	.693''	.605''	.466''	.474''	.476''	.622''	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88

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

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

b. Uji Validitas Religiusitas (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	total
X2.1	Pearson Correlation	1	.202	.173	.278''	.187	.716''
	Sig. (2-tailed)		.059	.108	.009	.081	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.2	Pearson Correlation	.202	1	.034	.134	-.055	.508''
	Sig. (2-tailed)	.059		.754	.215	.609	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.3	Pearson Correlation	.173	.034	1	.094	.103	.441''
	Sig. (2-tailed)	.108	.754		.384	.342	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.4	Pearson Correlation	.278''	.134	.094	1	.135	.613''
	Sig. (2-tailed)	.009	.215	.384		.210	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X2.5	Pearson Correlation	.187	-.055	.103	.135	1	.458''
	Sig. (2-tailed)	.081	.609	.342	.210		.000
	N	88	88	88	88	88	88
total	Pearson Correlation	.716''	.508''	.441''	.613''	.458''	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88

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

c. Uji Validitas Kurangnya Minat (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	total
Y1	Pearson Correlation	1	.118	-.032	.612**
	Sig. (2-tailed)		.275	.770	.000
	N	88	88	88	88
Y2	Pearson Correlation	.118	1	.159	.715**
	Sig. (2-tailed)	.275		.140	.000
	N	88	88	88	88
Y3	Pearson Correlation	-.032	.159	1	.535**
	Sig. (2-tailed)	.770	.140		.000
	N	88	88	88	88
total	Pearson Correlation	.612**	.715**	.535**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88

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

2. Hasil Uji Reliabilitas:

a. Lingkungan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.655	6

b. Religiusitas (X2)

Reliability Statistics

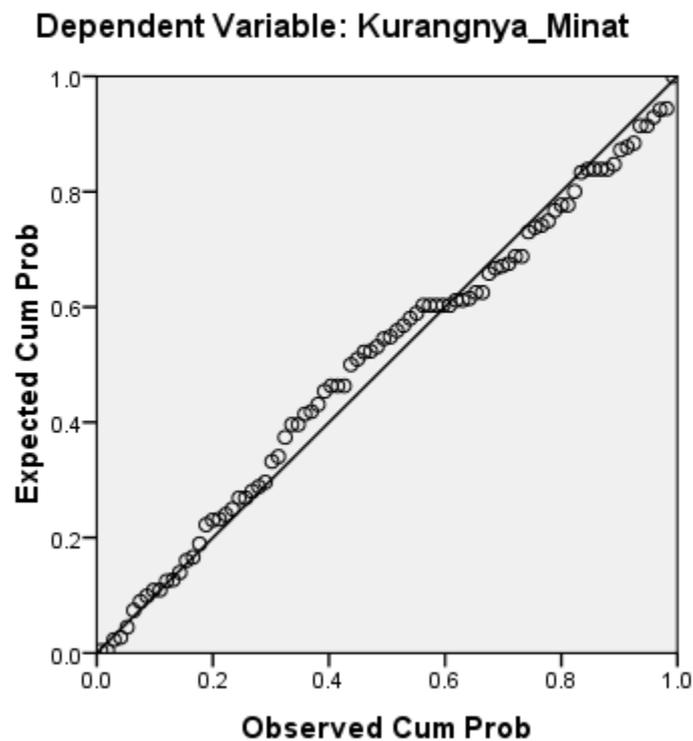
Cronbach's Alpha	N of Items
.648	5

LAMPIRAN IV:

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas P-P Plot:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



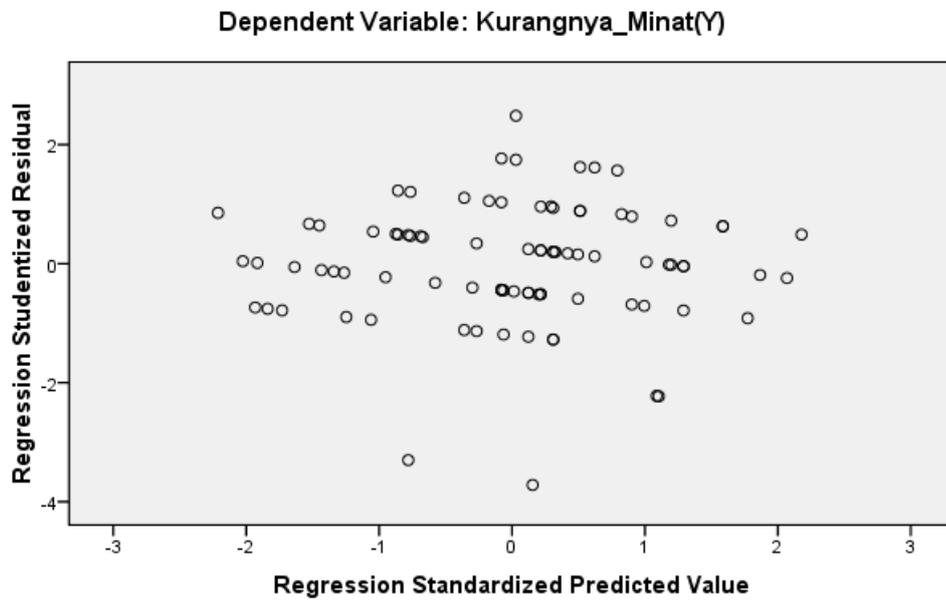
2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012		
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003	.707	1.415
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001	.707	1.415

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN V:**Hasil Uji Analisis Berganda****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.345	.329	1.140

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan

LAMPIRAN VI:**Hasil Uji Hipotesis:**

1. Uji Parsial (T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.952	1.155		2.555	.012
	Lingkungan	.168	.055	.320	3.061	.003
	Religiusitas	.234	.070	.349	3.338	.001

a. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

2. Uji Simultan (F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.094	2	29.047	22.338	.000 ^a
	Residual	110.531	85	1.300		
	Total	168.625	87			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan

b. Dependent Variable: Kurangnya_Minat

LAMPIRAN VII :

Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama : Riska Lestari
2. Tempat/ Tanggal Lahir : Matang Panjang, 05 Oktober 1997
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. Kebangsaan/Suku : Indonesia/ Jawa
6. Status Perkawinan : Belum Kawin
7. Pekerjaan : Mahasiswi
8. Alamat : Desa Suka Mulia, Kecamatan Rantau, Kabupaten
Aceh Tamiang
9. Orang Tua/ Wali :
 - a. Ayah : Zulkifli
 - b. Ibu : Sumiati
10. Riwayat Pendidikan :
 - a. SD : SD NEGERI 057767 BUKIT KAPAL
 - b. SMP : SMP NEGERI 4 KEJURUAN MUDA
 - c. SMA/SMK : SMA NEGERI 3 KEJURUAN MUDA
 - d. Perguruan Tinggi : IAIN LANGSA

Langsa, 22 Desember 2020

Penulis

RISKA LESTARI

NIM. 4012016175