

**PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN
NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN JASA LAYANAN
GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH
(Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)**

SKRIPSI

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



Oleh:

REKA ARUNA

4012017160

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
1442 H / 2020 M**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH (Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)**” atas nama Reka Aruna, NIM 4012017160 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 15 Juni 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 15 Juni 2021

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



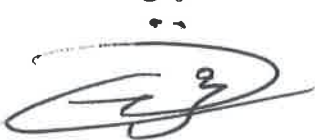
(Dr. Iskandar, MCL)
NIDN. 2016066502

Penguji II



(Khairatun Hisan, M. Sc)
NIDN. 2024099003

Penguji III



(Fakhrizal, Lc., MA)
NIDN. 2018028502

Penguji IV

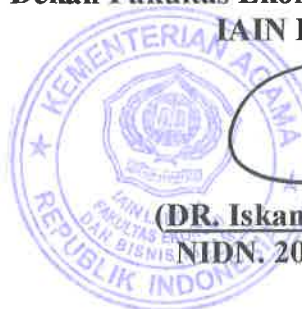


(Juli Dwina Puspita Sari, SE, Mbus (ADV))
NIDN. 1306078701

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Langsa



(DR. Iskandar, MCL)
NIDN. 2016066502

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN
NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH MENGGUNAKAN JASA LAYANAN
GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH
(Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)**

Oleh :

Reka Aruna

NIM. 4012017160

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

Langsa, 15 Juni 2021

Pembimbing



Mulyadi, MA

NIP. 19770729 200604 1 003

Pembimbing II



Khairatun Hisan, M. Sc

NIP. 19900924 201801 2 002

Menyetujui,
An. Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Fakhrizal MA

NIP. 19850218 201801 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Reka Aruna
Nim : 4012017160
Tempat/Tgl. Lahir : Matang Tepah, 08 Oktober 1998
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah (PBS)
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Desa Matang Tepah Kec. Bendahara
Kab. Aceh Tamiang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH (Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 15 Juni 2021



ang Menyatakan

Reka Aruna
NIM. 4012017160

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ۖ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”.

(Q.S Al-Insyirah : 6-8)

“Ingatlah, sesungguhnya pertolongan Allah itu dekat”

(Q.S Al-Baqarah: 214)

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Orang Tua Saya
- Keluarga dan Para Sahabat Saya

ABSTRAK

Perkembangan lembaga keuangan khususnya dalam hal ini pegadaian syariah belomba-lomba mengedepankan kualitas *customer service* untuk menarik nasabah baru melalui layanan gadai. Pegadaian syariah Unit Tualang Cut perlu mengetahui seberapa besar kebutuhan nasabah, mengingat jumlah nasabahnya yang meningkat setiap tahun. Pegadaian juga harus menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun konvensional yang masih sangat mendominasi sehingga dituntut agar mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pegadaian syariah Unit Tualang Cut dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan perhitungan *software* SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (nilai sig. sebesar 0,000), variabel tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (nilai sig. sebesar 0,012) dan variabel citra pegadaian syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (nilai sig. sebesar 0,963). Sedangkan variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang (nilai sig. sebesar 0,000). Besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,701 yang berarti sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 70,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas *Customer Service*, Kebutuhan Nasabah, Citra Pegadaian Syariah, Keputusan Nasabah, Pegadaian Syariah, Tualang Cut, Aceh Tamiang

ABSTRACT

The development of financial institutions especially in this case namely sharia pawnshop, is competing to promote the quality of customer service to attract new customers through pawn services. The Tualang Cut sharia pawnshop branch needs to know how much customer needs are, given the number of customers that is increasing every year. Pawnshops must also face competition between Islamic and conventional financial institutions which are still very dominant so that they are required to be able to develop the right marketing strategy. The purpose of this study was to determine the factors that influence customer decisions in using pawn services at the Tualang Cut branch of sharia pawnshops, Aceh Tamiang. The population in this study were customers of the Tualang Cut sharia pawnshop with a total sample of 100 respondents. Sampling using simple random sampling technique. Methods of data collection through distribution questionnaires. The analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help calculation of SPSS software. The results showed that the variable of customer service quality had a significant effect on customer decisions (sig. value of 0,000), the variable level of customer needs has a significant effect on customer decisions (sig. value of 0,012) and the image variable of Islamic pawnshops had no significant effect on customer decisions (sig. value of 0,963). While the variable of customer service quality, level of customer needs and image of sharia pawnshops together have a significant effect on customer decisions in using pawn services at the Tualang Cut branch of sharia pawnshops, Aceh Tamiang (sig. value of 0,000). The amount of adjusted r square value is 0,701, which means that the contribution of the independent variable to the dependent variable is 70,1% and the rest is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords : Quality Customer Service, Customer Needs, Image of Sharia Pawnshops, Customers Decision, Sharia Pawnshops, Tualang Cut, Aceh Tamiang

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam kita hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan syafaatnya hingga akhir zaman nanti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa, dengan judul skripsi **“PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH (Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)”**.

Dalam proses penulisan skripsi ini sampai dengan terselesaikannya, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Ayahanda tercinta dan Ibunda tercinta atas segala do'a dan dukungannya serta pengorbanan baik moral maupun material yang telah diberikan.
2. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA selaku Rektor IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Iskandar Budiman, MCL selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Early Ridho Kismawadi, MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
5. Bapak Mulyadi, MA selaku dosen pembimbing pertama dalam penulisan skripsi ini.

6. Ibu Khairatun Hisan, M.Sc selaku dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa.
8. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan semangat dan memotivasi satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan dan seangkatan Mahasiswa Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta masukan dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Langsa, 22 September 2020

Peneliti

Reka Aruna

NIM. 4012017160

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	'Ain	‘	Koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	U	u

b. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَي	fathah dan ya	ai	a dan i
ـَو	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

Kataba	=	كَتَبَ
Fa'ala	=	فَعَلَ
Žakira	=	ذَكَرَ
Yazhabu	=	يَذْهَبُ
Suila	=	سُئِلَ
Kaifa	=	كَيْفَ
Haula	=	هَوَّلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَا / اِى	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
ـَاى	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas

وُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas
----	----------------	---	---------------------

Contoh:

Qāla	=	قَالَ
Ramā	=	رَمَى
Qīla	=	قِيلَ
Yaqūlu	=	يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup

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

- b. Ta marbutah mati

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

- c. Kalau pada kata yang terak hir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal	=	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
Rauḍhatul aṭfal		
al-Madīnah al-Munawwarah	=	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul-Munawwarah		
Talḥah	=	طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

Rabbana	=	رَبَّنَا
Nazzala	=	نَزَّلَ
al-Birr	=	الْبِرُّ
al-Ḥajj	=	الْحَجُّ
Nu'imma	=	نُعِمَّ

6. Kata Sandang

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

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

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

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الجَلَالُ

7. Hamzah

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

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أُمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan

sehingga dalam transliterasi, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

	وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ
Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn	
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn	
	فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ
Fa aufu al-kaila wa al-mīzān	
Fa auful- kaila wa-mīzān	
	إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ
Ibrāhīm al-Khalīl	
Ibrāhīmul-Khalīl	
	بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا
Bismillāhi majrehā wa mursāhā	
	وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا
Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā	
Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā	

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama dari itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

	وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
Wa mā Muhammadun illa rasūl	
	إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا
Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lallazī biBakkata mubārakan	
	شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ
Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur’an	
Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur’an	
	وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ
Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn	
Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn	
	الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

Naṣrun minallāhi wa fathun qarīb

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ

Lillāhi al-amru jamī‘an

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhil-amru jamī‘an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin ‘alīm

10. Tajwid

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

DAFTAR ISI

	Halaman
PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI	ix
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Penjelasan Istilah	12
1.8 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
2.1 Pegadaian Syariah	15
2.1.1 Pengertian Pegadaian Syariah	15
2.1.2 Sejarah Pegadaian Syariah	16
2.1.3 Landasan Hukum Pegadaian Syariah	18
2.1.4 Tujuan Berdirinya Pegadaian Syariah	22
2.1.5 Visi dan Misi Pegadaian Syariah	22
2.1.6 Akad Transaksi di Pegadaian Syariah	23

2.1.7 Rukun Transaksi di Pegadaian Syariah	24
2.1.8 Produk-Produk Pegadaian Syariah	24
2.1.9 Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Syariah dengan Konvensional	26
2.2 Keputusan Penggunaan Jasa	27
2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan Jasa	27
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan	28
2.2.3 Indikator Keputusan	29
2.3 Kualitas <i>Customer Service</i>	30
2.3.1 Pengertian Kualitas <i>Customer Service</i>	30
2.3.2 Indikator Kualitas <i>Customer Service</i>	32
2.4 Tingkat Kebutuhan Nasabah	33
2.4.1 Pengertian Kebutuhan Nasabah	33
2.4.2 Indikator Tingkat Kebutuhan Nasabah	35
2.5 Citra Pegadaian Syariah	37
2.5.1 Pengertian Citra Pegadaian Syariah	37
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perbedaan Pandangan	39
2.5.3 Indikator Citra Pegadaian Syariah	40
2.6 Hubungan Antar Variabel	41
2.6.1 Pengaruh Kualitas <i>Customer Service</i> Terhadap Keputusan Nasabah	41
2.6.2 Pengaruh Tingkat Kebutuhan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah	42
2.6.3 Pengaruh Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah	42
2.7 Penelitian Terdahulu	43
2.7.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian	48
2.8 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	51
2.9 Perumusan Hipotesis.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Jenis Penelitian	54

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	54
3.3 Sumber Data	54
3.4 Populasi dan Sampel	55
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	57
3.6 Teknik Pengumpulan Data	58
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian	59
3.7.1 Uji Validitas	60
3.7.2 Uji Reliabilitas	61
3.8 Teknik Analisis Data.....	61
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	62
3.8.1.1 Uji Normalitas	62
3.8.1.2 Uji Multikolinearitas	62
3.8.1.3 Uji Heterokedastisitas	63
3.8.1.4 Uji Autokorelasi	63
3.8.1.5 Uji Linearitas	64
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	64
3.8.3 Uji Hipotesis	65
3.8.3.1 Uji t (parsial)	65
3.8.3.2 Uji F (simultan)	66
3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>) ...	66
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	67
4.1.1 Sejarah Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang	67
4.1.2 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang	68
4.2 Analisis Deskriptif Responden	68
4.3 Statistik Deskriptif Data	71
4.4 Hasil Pengujian Instrumen	74
4.4.1 Uji Validitas	74
4.4.2 Uji Reliabilitas	75
4.5 Uji Asumsi Klasik	76

4.5.1 Uji Normalitas	76
4.5.2 Uji Multikolinearitas	78
4.5.3 Uji Heterokedastisitas	79
4.5.4 Uji Autokorelasi	80
4.5.5 Uji Linearitas	80
4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	82
4.7 Uji Statistik	84
4.7.1 Uji t (parsial)	84
4.7.2 Uji F (simultan)	86
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	87
4.8 Analisis Hasil Penelitian	88
4.8.1 Pengaruh Kualitas <i>Customer Service</i> Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut	88
4.8.2 Pengaruh Tingkat Kebutuhan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut	90
4.8.3 Pengaruh Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut	92
4.8.4 Pengaruh Kualitas <i>Customer Service</i> , Tingkat Kebutuhan Nasabah dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut	93
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Pegadaian Syariah dengan Konvensional	27
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 Definisi Variabel Penelitian	57
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.5 Statistik Deskripsi Data Kualitas <i>Customer Service</i>	71
Tabel 4.6 Statistik Deskripsi Data Tingkat Kebutuhan Nasabah	72
Tabel 4.7 Statistik Deskripsi Data Citra Pegadaian Syariah	73
Tabel 4.8 Statistik Deskripsi Data Keputusan Nasabah	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	77
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	78
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi	80
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Kualitas <i>Customer Service</i>	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Kebutuhan Nasabah.....	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Linearitas Citra Pegadaian Syariah	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	83
Tabel 4.18 Hasil Uji t	84
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	51
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	76
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner	103
Lampiran 2 : Tabulasi Data	106
Lampiran 3 : Hasil Pengujian Penelitian	112
Lampiran 4 : Tabel Distribusi R	121
Lampiran 5 : Tabel Distribusi t	123
Lampiran 6 : Tabel Distribusi F	124
Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian	127
Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup	129

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup, tidak akan bisa terlepas dari kegiatan yang berorientasi pada aspek pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari, baik kebutuhan material maupun non material. Dalam hal ini seringkali masyarakat mengalami masalah keuangan, sehingga terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada. Salah satu alternatif yang ditawarkan kepada masyarakat untuk keluar dari masalah keuangan adalah dengan menggunakan jasa gadai.¹

Lembaga keuangan berbasis syariah seperti asuransi syariah, pasar modal syariah, *leasing* syariah, *baitul mal wa tamwil*, koperasi syariah, pegadaian syariah dan berbagai bentuk bisnis syariah lainnya mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia.² Pegadaian syariah hadir sebagai salah satu lembaga keuangan yang menawarkan pembiayaan secara mudah dan berbadan hukum. Pegadaian syariah memiliki peranan yang besar dalam kehidupan masyarakat khususnya untuk golongan menengah ke bawah. Dengan prosedur yang sederhana, mudah dan cepat sehingga dana dapat segera diperoleh guna dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhannya. Pada dasarnya transaksi pembiayaan yang dilakukan oleh pegadaian sama dengan prinsip pinjaman melalui lembaga perbankan, namun yang membedakannya adalah dasar hukum yang digunakan yaitu hukum gadai.³

¹ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2015), h. 1

² Ismanto Kwat, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 1

³ Ahmad Supriyadi, *Pegadaian Syariah*, (Kudus: Fima Rodheta Bekerjasama dengan STAIN, 2010), h. 39

Rahn adalah menjadikan barang yang memiliki nilai harta menurut pandangan syara' sebagai jaminan hutang, hingga orang yang bersangkutan boleh mengambil hutang atau bisa mengambil sebagian (manfaat) barang itu. Pengertian ini didasarkan pada praktek bahwa apabila seseorang ingin berhutang kepada orang lain, ia menjadikan barang miliknya baik berupa barang tak bergerak atau berupa barang bergerak berada dalam penguasaan pemberi pinjaman sampai penerima pinjaman melunasi hutangnya.⁴

Pegadaian syariah lahir disebabkan mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, hal inilah menyebabkan lembaga ini dianggap mampu memenuhi kebutuhan dalam bidang ekonomi serta dapat menjalankan ketentuan agama. Sesuai Peraturan Pemerintah No 10 Tahun 1990 tentang berdirinya lembaga gadai yang berubah dari bentuk perusahaan jawatan menjadi perusahaan umum pegadaian pasal 3 ayat (1a), menyebutkan bahwa perum pegadaian adalah badan usaha tunggal yang diberi wewenang untuk menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai. Kemudian misi dari perum pegadaian disebutkan dalam pasal 5 ayat 2b, yaitu pencegahan praktek ijon, riba dan pinjaman tidak wajar lainnya.⁵

Praktek gadai syariah ini sangat strategis dimana citra pegadaian saat ini bukan lagi dipandang tempatnya masyarakat bawah mencari dana tetapi juga tempat para pengusaha mencari dana segar untuk kelancaran bisnisnya.⁶ Terbukti pegadaian syariah di Indonesia mencatatkan pertumbuhan signifikan sebesar 42,7% secara tahunan dengan total *outstanding loan* (OSL) mencapai Rp 7,8

⁴ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2006), h. 27

⁵ Peraturan Pemerintah No 10 Tahun 1990 pasal 3 ayat 1a tentang Lembaga Gadai

⁶ Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h. 19

triliun. Kontribusi terbesar berasal dari gadai syariah atau *rahn* sebesar Rp 4,4 triliun yang diikuti produk Amanah sebesar Rp 1,9 triliun, tumbuh 139,7% secara tahunan. Sedangkan untuk kinerja tercatat meningkat sebesar 18% dibandingkan tahun sebelumnya. Pegadaian syariah telah menyalurkan pinjaman melalui produk *rahn* dengan nilai Rp 30,6 triliun.⁷

Pegadaian mencatatkan pertumbuhan pembiayaan untuk produk gadai, baik gadai konvensional maupun gadai syariah, walaupun di tengah situasi pandemi corona. Seperti dilansir dari CNBC Indonesia, selama periode Januari-April 2020 penyaluran pembiayaan dari produk gadai tercatat sebesar Rp 39 triliun, naik 15,91% dibanding tahun lalu periode yang sama sebesar Rp 34 triliun. Artinya dari produk gadai, baik konvensional ataupun syariah naik Rp 5 triliun selama tahunan. Begitu juga dengan jumlah nasabah yang mengalami kenaikan dari sebelumnya 11 juta menjadi 11,46 juta nasabah.⁸

Dari perkembangan pegadaian syariah di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa adanya ketertarikan masyarakat untuk menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah. Hal ini tidak lepas dari mekanisme pegadaian syariah yang memiliki proses yang cepat, persyaratan sederhana dan mudah adalah faktor utama bagi masyarakat untuk menggunakan produk layanan gadai dan sebagai alternatif bagi masyarakat untuk menetapkan pilihan dalam pembiayaan. Keberadaan pegadaian syariah ini tidak terlepas dari tujuannya yakni untuk memberikan kesejahteraan bagi masyarakat berupa kemudahan dalam penyaluran

⁷ Lipa Puspaningtyas, *Per Mei 2019 Pegadaian Syariah Tumbuh 42,79%*, Jakarta: Syariah Ekonomi dalam <https://www.m.republika.com> Diakses pada 25 Agustus 2020

⁸ Taufik Fajar, *Pegadaian Catat Kinerja Positif di Tengah Pandemi Covid-19*, Jakarta: Economy dalam <https://www.economy.okezone.com> Diakses pada 25 Agustus 2020

pembiayaan dan meminimalisir terjadinya ketidakadilan melalui praktik riba dan ketidakpastian. Sehingga diharapkan dapat menjadi jalan keluar bagi masyarakat yang sedang membutuhkan dana agar tidak jatuh ke tangan para rentenir yang bunganya relatif tinggi. Masyarakat mengajukan pinjaman ke perum pegadaian bukan saja karena prosedurnya yang mudah dan cepat, tetapi karena biaya yang dibebankan lebih ringan jika dibandingkan dengan para rentenir.⁹

Pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan non bank, juga diharapkan mampu menjangkau masyarakat. Beberapa hasil penelitian menunjukkan bahwa lembaga keuangan bank maupun non bank yang bersifat formal dan beroperasi di pedesaan, umumnya tidak dapat menjangkau lapisan masyarakat dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Ketidakmampuan tersebut terutama dalam sisi penanggungan resiko dan biaya operasi.¹⁰

Pegadaian yang telah beroperasi secara syariah di Provinsi Aceh salah satunya yaitu Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Kecamatan Manyak Payed Kabupaten Aceh Tamiang dan merupakan objek penelitian ini. Keberadaan pegadaian syariah Unit Tualang Cut ini terus berkembang dan diminati oleh masyarakat Tualang Cut, terbukti nasabah yang terus bertambah dari pegadaian ini mencapai 2.928 nasabah.¹¹

Pegadaian harus menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun konvensional yang masih sangat mendominasi. Hal ini membuat

⁹ Nurlatifa, *Analisis Pengaruh Informasi Gadai, Kualitas Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*, Jurnal EBIS Vol.2 No.2 April 2016, Medan: UIN Sumatera Utara, h. 2

¹⁰ Muhammad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*, (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 4

¹¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Rosdiana sebagai Pengelola Unit, pada 15 Juli 2020

pegadaian syariah dituntut mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Terdapat beberapa faktor yang diduga mendasari keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah yaitu kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah.¹²

Dengan semakin tingginya kompetisi gadai, tak hanya produk gadai yang perlu ditingkatkan, salah satu upaya lainnya untuk meningkatkan *market share* adalah dengan meningkatkan kualitas *customer service* terhadap nasabah yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi keputusan nasabah. *Customer service* bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kualitas *customer service* yang baik diukur oleh nasabah, sehingga nasabah tahu perusahaan yang memberikan pelayanan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah.¹³

Semakin berkualitas pelayanannya semakin banyak nasabah yang akan menggunakan produk-produk pegadaian. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan nasabah menghadapi lebih banyak produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga nasabah akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas *customer service* yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada nasabah, tidak hanya nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah tetapi juga berdampak kepada perusahaan lain. Karena nasabah yang kecewa akan bercerita kepada nasabah lainnya.

¹² Dwi Nur Sholichah, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara*, (Skripsi: Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta, 2005), h. 5

¹³ *Ibid.*,

Dampaknya, calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis.

Pegadaian syariah sebagai salah satu badan usaha milik negara juga harus memiliki kinerja yang lebih baik. Jika sampai ada beberapa pegadaian syariah yang kurang baik dalam memberikan kualitas *customer service* kepada nasabahnya tidak menutup kemungkinan citra pegadaian syariah secara umum menjadi jelek. Situasi yang demikian tentunya akan sangat merugikan. Pelayanan yang kurang baik menyebabkan keengganan nasabah untuk terus menerus menjadi nasabah, mereka cenderung beralih ke perusahaan lain yang bisa memenuhi apa yang menjadi harapannya.¹⁴

Untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan juga harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Tugas pokok pegadaian adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat atas hukum gadai. Keputusan untuk menggunakan jasa tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan yaitu untuk memilih barang atau jasa yang memberikan nilai paling tinggi. Seharusnya dalam konteks seorang muslim yang akan melakukan aktivitas konsumsi kesehariannya, maka dalam memilih suatu barang atau jasa untuk dikonsumsi ia tidak hanya mempertimbangkan kepuasan fisiologi semata, namun juga mempertimbangkan nilai-nilai Islami. Hal ini dibuktikan dengan nasabah atau pun masyarakat yang tinggal di pedesaan yang masih awam dan kurangnya ilmu pengetahuan.¹⁵

¹⁴ Andespa Roni, *Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah : Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati dalam Memenuhi Kepuasan*, Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, No.1 Vol. 2, 2016, h. 143-149

¹⁵ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2003), h. 35

Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan jasa tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan. Sebuah premis dasar dalam teori perilaku nasabah adalah bahwa masyarakat cenderung untuk memilih barang atau jasa yang memberikan nilai paling tinggi. Secara rasional, seorang nasabah tentu akan memaksimalkan kepuasannya yaitu dengan memilih produk baik berupa barang maupun jasa yang lebih banyak memberikan kepuasan baginya.¹⁶

Misalnya saat memasuki pertengahan Ramadhan, warga Tualang Cut ramai-ramai menggadaikan barangnya di perum pegadaian syariah yang dekat dengan rumah mereka. Ramainya warga yang berurusan di pegadaian tersebut karena kebutuhan uang menjelang lebaran juga meningkat, Dewi (35) misalnya, seorang Ibu rumah tangga asal kecamatan Manyak Payed, menilai tabungan emas sebagai salah satu solusi mengamankan perekonomian keluarga disaat situasi pelik selama mewabahnya corona. Sementara, kepala Pimpinan Cabang PT. Pegadaian Syariah Tualang Cut, Achmad Sugeng mengatakan bahwa terjadi peningkatan jumlah penabung selama bulan Maret 2020.¹⁷

Citra bagi pegadaian syariah merupakan komponen sangat penting untuk menarik minat para nasabah sehingga mereka dapat memutuskan untuk menggunakan jasa layanan gadai. Citra merupakan hasil (akibat) dari perbuatan dan komunikasi yang dilakukannya. Perbuatan baik tanpa komunikasi baik, atau komunikasi baik tanpa perbuatan baik, tidak cukup menghasilkan citra baik. Citra yang baik akan cepat terbentuk jika pegadaian syariah tersebut berhasil

¹⁶ *Ibid.*,

¹⁷ Hasil wawancara nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Tualang Cut

menciptakan kepuasan bagi para nasabah.¹⁸ Salah satu citra yang terbentuk di pegadaian syariah yaitu karyawan selalu mengucapkan salam dalam menerima nasabah yang datang, selain itu karyawan juga tidak sungkan menjelaskan secara detail dan ramah apabila nasabah mengalami kebingungan dalam transaksi.¹⁹

Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu jasa menjadi masalah yang penting dibicarakan dalam upaya untuk mengetahui bagaimana nasabah dapat memutuskan untuk menggunakan suatu jasa layanan. Penelitian terkait dengan pegadaian syariah masih belum banyak dilakukan, karena pada umumnya objek penelitian adalah bank syariah, sehingga masih perlu dilakukan penelitian terkait beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah, khususnya di Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti dengan judul yang diambil dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas *Customer Service*, Kebutuhan Nasabah, Citra Pegadaian Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Layanan Gadai Di Pegadaian Syariah (Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, permasalahan yang muncul dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Perkembangan lembaga keuangan khususnya dalam hal ini pegadaian syariah yang belomba-lomba untuk mengedepankan kualitas *customer*

¹⁸ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114

¹⁹ Anita Sari, *Determinan Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah*, Seminar Nasional dan The 6th Call for Syariah Paper, Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2017, h. 83-96

service untuk menarik nasabah baru menggunakan layanan gadai dan tentunya memuaskan nasabah yang telah bergabung. Pegadaian syariah Unit Tualang Cut perlu mengetahui seberapa besar kebutuhan nasabah, mengingat jumlah nasabah di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang yang meningkat setiap tahun.

2. Pegadaian juga harus menghadapi persaingan antar lembaga keuangan syariah maupun konvensional yang masih sangat mendominasi. Hal ini membuat pegadaian syariah dituntut mampu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat.
3. Terdapat beberapa faktor yang diduga mendasari keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah yaitu kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian sesuai dengan permasalahan yang diteliti maka diperlukan pembatasan masalah agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis akan membatasi penelitian ini pada :

1. Penelitian yang dilakukan fokus pada nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
2. Variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini hanya terdiri dari kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas *customer service* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang ?
2. Bagaimana pengaruh tingkat kebutuhan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang ?
3. Bagaimana pengaruh citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang ?
4. Bagaimana pengaruh kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang ?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *customer service* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat kebutuhan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan-tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam penyempurnaan strategi pemasaran, baik dalam memperbaiki kekurangan yang ada maupun meningkatkan hal yang dianggap ideal yang sesuai dengan harapan nasabah yang berkaitan dengan keputusan, kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah.

- b. Bagi Akademis

Sebagai sarana tambahan referensi pertimbangan bagi penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini. Dan sebagai penambah wawasan serta pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana pembelajaran bagi peneliti dalam karya ilmiah, selain itu juga sebagai sarana pendalaman materi yang telah didapat dari kegiatan penelitian.

d. Bagi IAIN Langsa

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan melalui karya tulis ilmiah dan sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya khususnya pada faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas *customer service*, citra pegadaian, dan kebutuhan nasabah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah.

1.7 Penjelasan Istilah

Untuk tidak menimbulkan adanya perbedaan pengertian, maka perlu ada penjelasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Keputusan nasabah adalah suatu proses dalam mengambil tindakan pada saat memilih suatu produk atau jasa yang akan kita pilih atau ambil, kemudian nasabah memilih satu alternatif dari alternatif yang ada.²⁰
2. Kualitas *customer service* adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada nasabah atau pelanggan yang dilayani atau semua kegiatan untuk mempermudah konsumen menghubungi pihak-pihak yang

²⁰ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 15

tepat di perusahaan dan mendapatkan pelayanan, jawaban dan penyelesaian masalah yang cepat dan memuaskan.²¹

3. Tingkat kebutuhan nasabah adalah prioritas dan tingkat kepentingan yang mendesak atau tidak. Kebutuhan dipandang sebagai penggerak atau pembangkit perilaku. Artinya, jika kebutuhan akibat kekurangan itu muncul, maka individu lebih peka terhadap usaha motivasi para konsumen. Sebuah kebutuhan dapat diakibatkan oleh proses internal maupun faktor lingkungan.²²
4. Citra merupakan gambaran yang ada dalam bentuk publik tentang perusahaan. Citra pegadaian syariah adalah hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran nasabah melalui dampak kombinasi dari pelayanan, kualitas produk, iklan, *public relation*, citra fisik, dari mulut ke mulut, pengalaman nyata dan perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya.²³

1.8 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang di susun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari :

BAB I Pendahuluan

Bab ini mencakup latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penjelasan istilah dan sistematika penulisan.

²¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Implementasi dan Kontrol, edisi ke-9 Jilid 1 (terjemahan: A.B Susanto)*, (Jakarta: Salemba 4, 2001), h. 8

²² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2003), h. 33

²³ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Publik Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114

BAB II Kajian Teoritis

Bab ini mencakup landasan teori yang memiliki keterkaitan dengan variabel dari penelitian, hasil-hasil penelitian terdahulu, persamaan dan perbedaan penelitian, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi pendekatan penelitian, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, pengujian instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai uraian tentang hasil penelitian dimulai dari gambaran umum objek penelitian, analisis dari pengolahan data dan segala tentang pembahasan penelitian.

BAB V Penutup

Bab ini merupakan penutup dari penelitian yang telah dilakukan terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pegadaian Syariah

2.1.1 Pengertian Pegadaian Syariah

Gadai (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas hutang/pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan atas penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Transaksi gadai dalam fikih Islam disebut *ar-rahn*. *Ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang.²⁴

Pengertian *ar-rahn* dalam bahasa Arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawam*, yang berarti air yang tenang. Pengertian lain adalah “tetap” dan “kekal” merupakan makna yang tercakup dalam kata *al-habsu*, yang berarti menahan. Kata ini merupakan makna yang bersifat materi. Karena itu, secara bahasa kata *ar-rahn* berarti menjadikan sesuatu barang yang bersifat materi sebagai pengikat hutang.²⁵

Pengertian gadai (*rahn*) secara bahasa seperti diungkapkan di atas adalah tetap, kekal, dan jaminan sedangkan dalam pengertian istilah adalah menyandera sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta dimaksud sesudah ditebus. Namun, pengertian gadai yang

²⁴ Rahmat Syafei, *Konsep Gadai; Ar-Rahn dalam Fikih Islam Antara Nilai Sosial dan Nilai Komersial dalam Huzaimah T. Yanggo, Problematika Hukum Islam Kontemporer III*, (Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan, 1995), cet. II, h. 59

²⁵ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, (Kementrian Agama RI, 2012), h.27

terungkap dalam pasal 1150 kitab Undang-Undang Hukum Perdata adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak, yaitu barang bergerak tersebut diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh orang yang memiliki utang. Karenanya, makna gadai (*rahn*) dalam sistem perundang-undangan disebut sebagai barang jaminan, agunan, dan runguhan.²⁶

Menurut Ahmad Azhar Basyir, *rahn* adalah perjanjian menahan sesuatu barang sebagai tanggungan utang, atau menjadikan sesuatu benda bernilai menurut pandangan *syara'* sebagai tanggungan *marhun bih*, sehingga dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima.²⁷

Berdasarkan pengertian gadai yang dikemukakan oleh para ahli Islam di atas, maka dapat disimpulkan bahwa gadai (*rahn*) adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam (*rahin*) sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian utangnya dari barang gadai yang dimaksud .

2.1.2 Sejarah Pegadaian Syariah

Sejarah pegadaian syariah di Indonesia tidak dapat diceraipisahkan dari kemauan warga masyarakat Islam untuk melaksanakan transaksi akad gadai berdasarkan prinsip syariah dan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip Islam. Hal ini dilatarbelakangi oleh maraknya aspirasi dari warga masyarakat Islam di berbagai daerah yang menginginkan pelaksanaan prinsip

²⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), Edisi III, h. 123

²⁷ Ahmad Azhar Basyir, *Hukum Islam Tentang Riba, Utang-Piutang Gadai*, (Bandung: Al-Maarif, 1983), h. 50

Islam dalam berbagai aspeknya termasuk pegadaian syariah. Selain itu, semakin populernya praktik bisnis ekonomi syariah dan mempunyai peluang yang cerah untuk dikembangkan.²⁸

Berdasarkan hal di atas, pihak pemerintahan mengeluarkan peraturan perundang-undangan untuk melegitimasi secara hukum positif pelaksanaan praktik bisnis sesuai dengan syariah yang termasuk gadai syariah. Karena itu, pihak pemerintah bersama DPR merumuskan rancangan peraturan perundang-undangan yang kemudian disahkan pada Mei menjadi UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan. Undang-undang dimaksud, memberi peluang untuk diterapkan praktik perekonomian sesuai syariah dibawah perlindungan hukum positif.²⁹

Besarnya permintaan warga masyarakat terhadap jasa perum pegadaian membuat lembaga-lembaga keuangan syariah juga melirik kepada sektor pegadaian, sektor yang dapat dikatakan agak tertinggal dari sekian banyak lembaga keuangan syariah lainnya. Padahal dalam diskursus ekonomi Islam, pegadaian juga merupakan salah satu praktik transaksi sosial keuangan yang pernah dipraktikkan di masa Nabi Muhammad SAW, yang amat menjanjikan mengayomi perekonomian rakyat untuk dikembangkan.³⁰

Melihat adanya peluang dalam mengimplementasikan praktik gadai berdasarkan prinsip syariah, perum pegadaian yang telah bergelut dengan bisnis pegadaian konvensional selama beratus-ratus tahun lebih, berinisiatif untuk mengadakan kerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) dalam

²⁸ Prof. Dr. H. Zainuddin Ali, M.A, *Hukum Gadai Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008) h, 15

²⁹ *Ibid.*,

³⁰ *Ibid.*,

mengusahakan praktik gadai syariah sebagai diversifikasi usaha gadai yang sudah dilakukan sehingga pada Mei tahun 2002, ditandatangani kerja sama antara keduanya untuk meluncurkan gadai syariah, BMI sebagai penyandang dana.³¹

Apabila pegadaian syariah dengan perbankan secara umum maka dapat dikatakan mempunyai kelebihan dalam hal kemudahan dan kecepatan prosedur pencairan dana pinjaman. Pegadai (nasabah) tinggal membawa barang yang cukup berharga, kemudian ditaksir nilainya, dan uang akan diterima oleh pemilik barang sehingga disebut sangat praktis, sehingga sangat menguntungkan buat warga masyarakat yang membutuhkan dana cepat.³²

2.1.3 Landasan Hukum Pegadaian Syariah

Hukum gadai adalah *jaiz* atau boleh. Berdasarkan Al-Quran, Hadist dan *ijma'* :

- a. Dalil Al-Quran, Surah Al Baqarah ayat 283 yang berbunyi:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَثِمْنَ بَعْضُكُم بِبَعْضٍ فَإِلْيَٰهُ الَّذِي
 أَوْثَقْتُمْ بِأَمْنَتِهِ ۖ وَلِيَتَّقِيَ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا
 تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi apabila kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertaqwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan (QS: Al- Baqarah: 283)”.

³¹ *Ibid.*, h. 18

³² Ahmad Supriyadi, *Pegadaian Syariah*, , h. 39

Makna surat Al-Baqarah ayat 283 di atas adalah berkaitan dengan pentingnya sebuah amanah atau kepercayaan. Amanah yang dimaksud disini sangatlah luas dan menyeluruh. Bukan hanya sebatas menjaga barang untuk disimpan melainkan amanah dalam hal perbuatan, perkataan dan tindakan. Keteguhan memegang kepercayaan merupakan kunci mencapai kesuksesan dalam menjalani kehidupan di dunia dan akhirat. Ayat ini menegaskan bahwa kepercayaan yang diberikan oleh seseorang merupakan suatu amanah yang harus dijaga dan dipertanggungjawabkan. Bentuk pertanggungjawabannya tersebut adalah ketika orang yang memberikan amanah hendak mengambilnya kembali, maka tidak ada yang kurang atau rusak. Seseorang yang sedang melakukan sebuah transaksi non tunai sedangkan ia dalam sedang dalam perjalanan dan tidak ada keterlibatan juru catat. Maka hendaknya ada barang tanggungan yang dijadikan sebagai jaminan atas transaksi tersebut. Jaminan yang dimaksudkan adalah sesuatu yang dapat dipegang. Jaminan yang disepakati menjadi tanda kepercayaan kedua belah pihak yang bertransaksi. Dalam Islam, kepercayaan merupakan pondasi utama dalam melakukan suatu akad. Hal ini untuk menghindari adanya pihak yang dirugikan.³³

Tafsir *Al-Mukhtashar/Markaz Tafsir Riyadh*, di bawah pengawasan Syaikh Dr. Shalih bin Abdullah bin Humaid (Imam Masjidil Haram), dan jika kalian tengah berpergian jauh, sedang kalian tidak menjumpai seorang pencatat bagi kalian, maka serahkanlah kepada pemilik hak (piutang) sesuatu yang menjadi jaminan di sisinya bagi haknya sampai orang yang berhutang mengembalikan tanggungan hutangnya.

³³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 60

Jika sebagian dari kalian saling percaya dengan yang lain, maka tidak mengapa untuk mengabaikan pencatatan (transaksi hutang), persaksian dan jaminan barang, dan kemudian hutang tetap menjadi amanat (tanggung) pihak penghutang yang wajib membayarkannya, dia harus merasa diawasi oleh Allah, tidak mengkhianati satu sama lain. Apabila penghutang mengingkari kewajiban hutangnya, sedang disitu ada orang yang terlebih dahulu hadir dan menyaksikan, maka kewajiban orang tersebut untuk mengajukan persaksiannya. Dan barangsiapa yang menyembunyikan persaksiannya, maka orang itu orang yang berhati pengkhianat lagi jahat. Dan Allah maha mengetahui rahasia-rahasia hati, ilmu-Nya meliputi seluruh urusan kalian. Ini karena menyembunyikan hal tersebut, adalah seperti persaksian yang bathil dan yang dusta, yang mengakibatkan hilangnya hak-hak, rusaknya muamalah, dan dosa bagi orang-orang yang melakukan hal tersebut dan orang yang menanggung hak orang lain tersebut. Adapun dibatasi penggadaian dengan berpergian musafir padahal hal itu boleh saja dilakukan pada mukim ataupun berpergian adalah karena kebutuhan akan hal tersebut dan karena tidak juru tulis maupun saksi. Dan Allah menutup ayat ini dengan menyebut bahwa Dia Maha Mengetahui atas segala apa yang diperbuat oleh hambanya, sebagai dorongan kepada mereka untuk bermuamalah yang baik dan peringatan dari muamalah yang buruk.³⁴

b. Dalil As-sunah, dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim, yang artinya:

“Aisyah berkata bahwa Rasulullah bersabda: Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan meminjam kepadanya baju besi” (HR. Bukhari dan Muslim).

³⁴ Syaikh Ahmad Syakir, *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (Terj: Suharlan)*, (Jakarta: Darus Sunnah, 2014), h. 376

c. Ijma' Ulama'

Berdasarkan Huda dan Heykal landasan ijma' tentang *rahn* yaitu: Ibnu Qudamah Rahimahullah mengatakan bahwa kaum muslimin secara umum sepakat tentang bolehnya gadai.³⁵ Syaikh Ibnu Utsaimin Rahimahullah berkata, "...*karena gadai adalah sesuatu yang dibutuhkan baik kebutuhan penggadai /murtahin maupun penggadai/rahin, maka qiyas dan pandangan yang menuntut adanya gadai*".

d. Fatwa Dewan Syariah Nasional

Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III2002 tanggal 26 Juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dengan ketentuan: *murtahin* (penerima barang) memiliki hak untuk menahan *marhun* (barang) sampai semua hutang *rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.

- 1) *Marhun* dan manfaat tetap menjadi milik *rahin*. Pada prinsipnya *marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *murtahin* tanpa *rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan perawatannya.
- 2) Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya pemeliharaan dan perawatan tetap menjadi kewajiban *rahin*.
- 3) Besar biaya administrasi dan penyimpanan *marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

³⁵ Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Landasan Ijma' tentang Rahn*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 278

- 4) Apabila jatuh tempo, *murtahin* harus memperingatkan *rahin* untuk segera melunasi hutangnya. Apabila *rahin* tetap tidak melunasi hutangnya, maka *marhun* dengan terpaksa dijual/dieksekusi.
- 5) Hasil penjualan *marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar dan biaya penjualan.
- 6) Kelebihan menjadi milik *rahin* dan kekurangan menjadi tanggung jawab.

2.1.4 Tujuan Berdirinya Pegadaian Syariah

Sesuai dengan PP RI No. 103 Tahun 2000, PT Pegadaian melakukan kegiatan pinjaman atas dasar hukum gadai serta menjalankan usaha lain seperti penyaluran uang pinjaman berdasarkan layanan jasa titipan, sertifikasi logam mulia, dan lainnya. Seiring dengan kegiatan bisnisnya, pegadaian syariah memiliki tujuan, sebagai berikut :

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama golongan menengah ke bawah, melalui penyediaan dana atas dasar hukum gadai.
2. Menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktik riba, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
3. Menjadi penyedia jasa dibidang keuangan lainnya, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

2.1.5 Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Visi pegadaian syariah adalah sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

Sedangkan misi pegadaian syariah adalah:

1. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dengan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.
2. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
3. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam rangka mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

2.1.6 Akad Transaksi di Pegadaian Syariah

Pada dasarnya pegadaian Islam berjalan di atas dua akad transaksi Islam:

1. Akad *rahn* yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini pegadaian menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.
2. Akad *ijarah* yaitu akad pemindahan hak guna atas barang dan/atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Melalui akad ini dimungkinkan bagi pegadaian untuk menarik sewa atas penyimpanan barang bergerak milik nasabah yang telah melakukan akad.³⁶

³⁶ Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 279

2.1.7 Rukun dari transaksi tersebut meliputi:

1. Orang yang berakad, (yang berutang (*rahin*) dan yang berpiutang (*murtahin*).
2. Ijab Kabul (*sighat*)
3. Harta yang di-*rahn*-kan (*marhun*)
4. Pinjaman (*marhun bih*)³⁷

2.1.8 Produk-Produk Pegadaian Syariah

a. *Rahn* (gadai syariah)

Rahn adalah produk gadai yang berlandaskan prinsip syariah, dimana nasabah hanya akan dipungut biaya administrasi dan ijarah (biaya jasa simpanan dan pemeliharaan barang jaminan). Transaksi gadai syariah adalah untuk solusi pendanaan yang cepat hanya dalam waktu 15 menit praktis dan menentramkan. Selain itu *Rahn* juga sesuai dengan Fatwa DSN-MUI tersebut pada “angka 4” disebutkan bahwa: “*Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman*”. Jika ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman maka berarti riba (mengambil tambahan dari pinjaman) yang diharamkan dalam syariat Islam.

b. *Ar-rum* (*rahn* untuk usaha mikro)

Produk *Arrum* adalah skema peminjaman dengan sistem syariah bagi pengusaha kecil menengah untuk keperluan usaha dengan sistem pengambilan secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB motor, mobil atau kendaraan lain yang dimiliki. *Arrum* merupakan fasilitas pinjaman atas pembiayaan untuk

³⁷ *Ibid.*, h. 280

keperluan usaha para nasabah dan didasarkan atas kelayakan usaha. Pembiayaan *Ar-Rum* memudahkan pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan.

c. MULIA (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi)

Mulia (Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi) adalah penjualan logam mulia oleh pegadaian syariah kepada nasabah secara tunai maupun angsuran dengan jangka waktu fleksibel. Akad Murabahah Logam Mulia untuk investasi Abadi adalah persetujuan atas kesepakatan yang dibuat bersama antara pegadaian syariah dengan nasabah atas pembelian logam mulia disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati.

d. Amanah

AMANAHAH adalah skema pembiayaan yang diberikan kepada nasabah yang memiliki penghasilan tetap guna memiliki motor, mobil dan lain-lain. Pembiayaan ini diberikan dalam jangka waktu tertentu yang pembeliannya dilakukan secara angsuran.

e. Arrum Haji

Arrum Haji berupa dana talangan haji. Pegadaian syariah bekerja sama dengan bank berbasis syariah yang ditunjuk. Calon nasabah cukup menyerahkan jaminan emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta plus bukti SA BPIH SPPH & buku tabungan haji, selanjutnya pegadaian syariah akan menalangi dana senilai Rp 25 juta sesuai syarat minimal untuk mendapatkan porsi yang ditetapkan pemerintah. Dana yang syaratkan akan disetor setelah nasabah melakukan registrasi ke bank yang bersangkutan. Saat mendaftar nasabah cukup menunjukkan SBG (Surat Bukti Gadai) yang didapat setelah menyetor jaminan dan formulir yang sudah diversifikasi oleh pegadaian syariah.

f. Tabungan Emas

Layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk tabungan emas pegadaian mencatat simpanan nasabah dalam satuan gram emas, sehingga apabila terjadi penurunan harga emas, maka hal tersebut diluar kuasa dan tanggung jawab pegadaian syariah.³⁸

2.1.9 Persamaan dan Perbedaan Pegadaian Syariah dengan Konvensional

Pegadaian syariah dan konvensional adalah sama-sama lembaga keuangan yang memberikan pinjaman kepada masyarakat atas dasar gadai. Dalam menjalankan usahanya pegadaian tersebut memberikan pinjaman dengan adanya agunan atau jaminan dari masyarakat yang berguna singgah suatu saat nasabah tidak mampu membayar utangnya, maka pihak pegadaian boleh melakukan pelelangan atas barang tersebut dengan memberitahukan terlebih dahulu kepada nasabah peminjam biasanya 3 hari sebelum diadakan pelelangan. Adapun ringkasan persamaanya yakni: ³⁹

1. hak gadai atas pinjaman uang
2. adanya agunan sebagai jaminan utang
3. tidak boleh mengambil manfaat barang yang digadaikan
4. biaya barang yang digadaikan ditanggung oleh para pemberi gadai
5. apabila batas waktu pinjaman uang habis barang yang digadaikan boleh dijual atau dilelang

³⁸ Ahmad Supriyadi, *Pegadaian Syariah*, , h. 45

³⁹ Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Cet 1, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 19

Adapun perbedaan mendasar antara pegadaian syariah dengan konvensional adalah dalam pengenaan biayanya. Pada konvensional memungut biaya dalam bentuk bunga yang bersifat akumulatif dan berlipat ganda. Sedangkan pegadaian syariah tidak berbentuk bunga, tetapi berupa biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan dan penaksiran.⁴⁰

Tabel 2.1
Perbedaan Pegadaian Syariah dengan Konvensional

No	Pegadaian Syariah	Pegadaian Konvensional
1	biaya administrasi berdasarkan golongan barang	biaya administrasi berupa prosentase yang didasarkan pada golongan barang
2	Taksiran ijarah per 10 hari	Taksiran bunga per 15 hari
3	uang pinjaman (<i>marhun bih</i>) 90% dari nilai taksiran	uang pinjaman (UP) 86%
4	jasa simpanan dihitung dengan: konstanta x taksiran	sewa modal dihitung dengan: prosentase x yang pinjaman
5	kelebihan uang hasil dari penjualan barang yang tidak diambil oleh nasabah diserahkan ke lembaga ZIS	kelebihan uang hasil lelang barang yang tidak diambil oleh nasabah menjadi milik pegadaian

Sumber : Mardani, 2014

2.2 Keputusan Penggunaan Jasa

2.2.1 Pengertian Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan adalah hasil pemutusan suatu ketetapan yang dipilih berdasarkan beberapa alternatif. Keputusan juga dapat diartikan sebagai ketetapan atas sikap terakhir untuk memutuskan suatu kesimpulan. Sedangkan keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang dan jasa. Keputusan merupakan suatu proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif

⁴⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Prenamedia Grup, 2013), h. 290

yang menyebabkan timbulnya keputusan yakni dalam hal ini keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau tidak pada pegadaian syariah.⁴¹

2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan

Beberapa proses pengambilan keputusan untuk menggunakan jasa yang dilakukan nasabah yaitu:⁴²

a. Menganalisis kebutuhan dan keinginan

Pengambilan keputusan oleh nasabah untuk menggunakan suatu jasa ini diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

b. Pencarian informasi

Pada tahap ini konsumen melakukan pencarian informasi tentang keberadaan jasa yang diinginkannya yakni dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan jasa yang diinginkannya.

c. Penilaian dan seleksi terhadap alternatif

Pada proses ini disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan menggunakan berbagai kriteria yang ada dalam benak nasabah, setelah satu produk yang dipilih untuk digunakan.

d. Keputusan untuk menggunakan jasa

Bagi nasabah yang memiliki keterlibatan tinggi terhadap jasa yang diinginkannya, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai hal, diantaranya mengenai harga dan tingkat kebutuhan.

⁴¹ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 2

⁴² Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 129

e. Perilaku setelah memutuskan penggunaan jasa

Dengan digunakannya jasa tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena nasabah akan melakukan evaluasi pasca penggunaan jasa. Proses evaluasi ini akan menentukan apakah nasabah merasa puas atau tidak atas keputusan penggunaannya. Seandainya nasabah merasa puas, maka kemungkinan untuk menggunakan kembali pada masa depan akan terjadi, sementara jika nasabah tidak merasa puas atas keputusan menggunakan jasanya, maka akan mencari kembali berbagai informasi jasa.

2.2.3 Indikator Keputusan

Dewan pengawas syariah (DPS) memiliki peran untuk memastikan bahwa operasional institusi pegadaian syariah memenuhi prinsip syariah. Sistem keuangan dalam lembaga keuangan merupakan bagian dari konsep yang lebih luas tentang ekonomi Islam yang tujuannya memperkenalkan syariah nilai dan etika Islam ke dalam lingkungan ekonomi. Syariah sendiri mengacu pada hukum dan cara hidup yang ditentukan oleh Allah SWT bagi hamba-Nya. Syariah ini meliputi ideologi dan keyakinan, perilaku dan tata karma, dan hal-hal praktis sehari-hari, termasuk salah satunya dalam kegiatan ekonomi. Islam dapat dianggap sebagai merek tersendiri. Sebagai *branding*, Islam mengakomodasikan segmen besar nasabah muslim yang memiliki nilai-nilai bersama dan kebutuhan yang sama. Adapun indikator dari keputusan nasabah menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah yaitu :⁴³

⁴³ Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan,* , h. 15-16

1. Kepatuhan keagamaan
2. Bisnis dijalankan dengan cara yang halal
3. Tidak ada unsur riba

2.3 Kualitas *Customer Service*

2.3.1 Pengertian Kualitas *Customer Service*

Kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya. Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen yakni sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. Kualitas jasa dapat dilihat lima dimensi dimana perusahaan dapat memilih kombinasi dari kelimanya. Dimensi-dimensi yang dimaksud adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles*.⁴⁴

Customer service adalah aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pratransaksi dan pascatransaksi termasuk di antaranya nasabah, pada waktu nasabah menunggu di loket untuk mendapatkan pelayanan dari perusahaan sampai pada nasabah yang meninggalkan loket setelah mendapatkan pelayanan.⁴⁵

Customer service meliputi berbagai aktivitas di seluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan antara penjualan jasa untuk memenuhi kepuasan nasabah mulai dari pemesanan, pemrosesan hingga pemberian hasil jasa melalui komunikasi untuk mempererat kejasama dengan nasabah. Tentu saja tujuannya adalah memperoleh keuntungan. *Customer service* bukan sekedar maksud

⁴⁴ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 447

⁴⁵ Rambat Lupriyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, (Jakarta: Selemba Empat, 2001), h. 119

melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kualitas *customer service* yang baik diukur oleh nasabah, sehingga nasabah tahu perusahaan yang memberikan pelayanan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah.⁴⁶

Semakin berkualitas pelayanannya semakin banyak nasabah yang akan menggunakan produk-produk pegadaian. Pelayanan pegadaian di Indonesia yang berkualitas dapat ditingkatkan dengan menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan. Lima dimensi kualitas pelayanan yang dimaksud adalah wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian bagi para nasabahnya. Perlu diperhatikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada nasabahnya sangat berhubungan erat dengan kepuasan nasabahnya.⁴⁷

Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan nasabah menghadapi lebih banyak produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga nasabah akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas *customer service* yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada nasabah, tidak hanya nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah tetapi juga berdampak kepada perusahaan lain. Karena nasabah yang kecewa akan bercerita kepada nasabah lainnya. Dampaknya, calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis.⁴⁸

⁴⁶ *Ibid.*,

⁴⁷ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, ..., h. 449

⁴⁸ *Ibid.*,

2.3.2 Indikator Kualitas *Customer Service*

Adapun yang menjadi indikator kualitas *customer service* dalam penelitian ini yakni: ⁴⁹

1. *Tangible* (Tampilan Fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Yaitu meliputi: kantor yang rapih, pegawai berpenampilan menarik, peralatan teknologi yang modern dan alat bantu transaksi yang mudah dipahami,

2. *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah, yang meliputi: melayani nasabah tepat waktu, melayani nasabah dengan adil, staff pegadaian yang dapat diandalkan, akurat dalam mencatat transaksi.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas, yang meliputi: tanggap akan kebutuhan nasabah, melayani nasabah dengan cepat, kesopansantunan karyawan dan komunikasi dengan nasabah.

⁴⁹ Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management (TMQ)*, (Yogyakarta: Bayumedia Publishing, 2011), h. 27

4. *Assurance* (Jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain: menjaga kredibilitas perusahaan, rasa aman menggunakan jasa perusahaan dan memiliki kompetensi dalam mengatasi kebutuhan nasabah.

5. *Emphaty* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah, meliputi: memberikan perhatian secara individu, beroperasi sesuai prinsip syariah, menjaga rahasia nasabah, bantuan dan perhatian khusus dan memberikan kenyamanan.

6. *Compliance* (Kepatuhan)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam mematuhi aturan-aturan Islam dan menjalankan bisnisnya dengan prinsip perekonomian syariah. Diharapkan menjadi acuan bagi semua perusahaan yang berlandaskan prinsip Islam agar memperhatikan kaidah-kaidah serta nilai keagamaan dalam perusahaannya. Ini meliputi: bebas dari riba dan produk yang tersedia sesuai hukum Islam.

2.4 Tingkat Kebutuhan Nasabah

2.4.1 Pengertian Kebutuhan Nasabah

Nasabah merupakan pihak yang menggunakan jasa bank atau dalam suatu perusahaan disebut pelanggan atau konsumen. Latar belakang pelanggan atau calon pelanggan beragam, oleh karena itu dalam melayani pelanggan sebaiknya

seorang *frontliner* harus mampu memahami sifat masing-masing pelanggannya, yakni sebagai berikut: ⁵⁰

1. Pelanggan dianggap sebagai raja, dimana *frontliner* harus menganggap pelanggan sebagai raja yang harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya namun masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat perusahaan atau derajat *frontliner* itu sendiri.
2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya. Kedatangan pelanggan ataupun calon pelanggan ke perusahaan adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi baik berupa informasi ataupun keluhan.
3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung. Ada kecenderungan bahwa pelanggan tidak suka dibantah dan didebat, sehingga *frontliner* harus pandai mengemukakan pendapat dengan santai dan rileks agar pelanggan tidak mudah tersinggung.
4. Pelanggan mau diperhatikan. Setiap pelanggan atau calon pelanggan yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian, karenanya petugas *frontliner* hendaknya memberikan perhatian secara penuh agar pelanggan benar-benar merasa diperhatikan.
5. Pelanggan merupakan sumber pendapatan. Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk memperoleh pendapatan dan laba yang maksimal yakni dari transaksi yang dilakukan oleh pelanggannya. Oleh karena itu jika membiarkan pelanggan berarti menghilangkan pendapatan.

Kebutuhan merupakan segala sesuatu yang dibutuhkan nasabah untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan.

⁵⁰ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 281

Besarnya kecintaan manusia terhadap harta ternyata karena kebutuhan manusia yang beraneka ragam dan tidak pernah merasa puas. Terus menerus berjuang mengumpulkan harta sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan yang terus bertambah. Karena keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut tiada hentinya, maka hasrat manusia untuk memperoleh lebih banyak kekayaan tidak akan berhenti juga. Jika sekiranya tidak ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut atau keinginan tersebut dibatasi dan terpuaskan, maka tidak banyak perjuangan dalam hidup. Perubahan-perubahan yang terjadi mengenai keadaan kebutuhan nasabah dapat dijadikan suatu perkiraan atau ramalan. Ramalan nasabah bahwa tingkat kebutuhan nasabah akan bertambah tinggi di masa depan akan mendorong mereka untuk membeli lebih banyak pada masa ini. Penggunaan jasa oleh seorang nasabah terkait erat dengan tingkat ekonominya (pendapatan).⁵¹

2.4.2 Indikator Tingkat Kebutuhan Nasabah

Adapun yang menjadi indikator tingkat kebutuhan nasabah dalam penelitian ini, sebagai berikut: ⁵²

1. Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*)

Yaitu kebutuhan dasar manusia untuk mempertahankan hidup meliputi makanan, udara, rumah, dan pakaian.

2. Kebutuhan rasa aman (*Safety Needs*)

Adalah kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia. Manusia membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga bisa hidup aman dan

⁵¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2003), h. 33

⁵² *Ibid.*,

nyaman ketika berada dirumah atau berpergian. Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena nasabah tidak merasa was-was, khawatir dan terancam jiwanya dimana saja berada.

3. *Kebutuhan sosial (Sosial Needs atau Belonginess Needs)*

Berdasarkan kepada perlunya manusia berhubungan satu dengan yang lainnya. Keluarga adalah lembaga sosial yang mengikat anggota-anggotanya secara fisik dan emosional. Keluarga yang satu akan berhubungan dengan keluarga lain sehingga membentuk hubungan sosial yang luas, karena sesama keluarga saling membutuhkan agar bisa diterima dan berkomunikasi.

4. *Kebutuhan ego (Egoistic or Esteem Needs)*

Kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia tidak hanya puas dengan telah terpenuhinya kebutuhan dasar dan rasa aman. Manusia memiliki ego yang kuat untuk bisa mencapai prestasi kerja dan karier yang lebih baik untuk dirinya. Manusia berusaha prestis, reputasi, dan status yang baik (ingin dikenali sebagai orang yang berprestasi atau sukses).

5. *Kebutuhan aktualisasi diri (Need for Self-Actualization)*

Seorang individu perlu mengekspresikan dirinya dalam suatu aktivitas untuk membuktikan dirinya mampu melakukan hal tersebut. Kebutuhan aktualisasi diri juga menggambarkan keinginan seseorang untuk mengetahui, memahami dan membentuk suatu sistem nilai, sehingga seseorang bisa mempengaruhi orang lain. Kebutuhan aktualisasi diri

adalah keinginan untuk bisa menyampaikan ide, gagasan dan sistem nilai, yang diyakininya kepada orang lain.

Manusia berusaha memenuhi tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah bisa memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul, begitulah seterusnya.⁵³ Setiap orang memiliki kebutuhan yang tersusun dalam suatu hierark yang meliputi tiga perangkat kebutuhan, yaitu:

1. Eksistensi yang merupakan kebutuhan yang dipuaskan oleh faktor-faktor seperti makanan, air, udara, upah dan kondisi kerja.
2. Keterkaitan yang merupakan kebutuhan yang dipuaskan oleh hubungan sosial dan hubungan antar pribadi yang bermanfaat.
3. Pertumbuhan yang merupakan kebutuhan di mana individu merasa puas dengan membuat suatu kontribusi yang kreatif dan produktif.⁵⁴

2.5 Citra Pegadaian Syariah

2.5.1 Pengertian Citra Pegadaian Syariah

Citra secara umum yaitu sebagai representasi penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahaan seperti pemasok, agen maupun para investor. Sedangkan citra perusahaan adalah persepsi masyarakat terhadap jatidiri perusahaan didasari atas apa yang mereka ketahui tentang perusahaan yang bersangkutan (baik atau buruknya perusahaan).⁵⁵

⁵³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 38

⁵⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, h. 41

⁵⁵ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indah, 2009), h. 183

Citra perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Citra buruk melahirkan dampak negatif bagi operasi suatu perusahaan dan dapat melemahkan kemampuan daya saing perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan manapun berkewajiban membangun serta menjaga citra baik perusahaan. Dan sebaliknya citra yang baik dikalangan masyarakat akan memberikan berbagai macam manfaat seperti mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kinerja karyawan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.⁵⁶

Citra suatu perusahaan merujuk pada sejauh mana pelanggan yakin bahwa sebuah perusahaan dapat merancang dan menyerahkan produk serta jasa yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Citra perusahaan berhubungan dengan reputasi yang dicapai perusahaan di pasar dan merupakan landasan untuk hubungan yang kuat.⁵⁷

Citra merupakan hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran nasabah melalui dampak kombinasi dari iklan, *publik relation*, citra fisik, dari mulut ke mulut, dan pengalaman nyata. Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah jasa, sering kali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan dengan jasa dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut. Informasi tersebut dapat berupa kesan nasabah yang telah melakukan penggunaan jasa yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan jasa tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak

⁵⁶ Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2003), h. 22

⁵⁷ *Ibid.*, h. 184

mempengaruhi keputusan penggunaannya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan.⁵⁸

Tidak jauh berbeda dengan nasabah dalam penggunaan jasa di pegadaian syariah, sebagai makhluk sosial yang terlibat dalam interaksi ekonomi, pasti menjumpai informasi. Informasi ini dapat berasal dari nasabah sebelumnya, orang dekat, lingkungan ataupun karyawan pegadaian syariah itu sendiri. Setiap nasabah tentunya mempunyai pandangan tersendiri mengenai pengaruh informasi tersebut terhadap keputusan penggunaan jasa.⁵⁹

2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perbedaan Pandangan

Faktor yang mempengaruhi perbedaan pandangan nasabah satu dengan yang lainnya terhadap satu objek, yaitu:

1. Pengaruh penampilan fisik (*physical apperances*), nasabah cenderung mengasosiasikan suatu bentuk fisik dari objek yang diamati, termasuk suatu pernyataan dengan pandangan yang berlaku secara umum.
2. Gaya meniru (*stereotypes*), nasabah cenderung untuk mengartikan sebuah gambar atau tampilan dalam pikiran mereka dari yang sesuai dengan stimulus yang mendorongnya.
3. Isyarat yang menyimpang (*irrelevant cues*), jika pertimbangan yang dibutuhkan untuk membentuk keputusan dirasakan sulit, nasabah biasanya terpaksa mengambil keputusan dengan mempertimbangkan hal-hal diluar spesifikasi dasar dari jasa tersebut.

⁵⁸ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114

⁵⁹ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2003), h. 87

4. Kesan pertama (*first impressions*), cenderung diabadikan oleh nasabah, mereka akan menangkap positif atau negatif dari sebuah jasa tergantung bagaimana jasa itu memosisikannya dalam benak nasabah. Pengaruh penilaian (*halo effect*) persepsi nasabah cenderung dipengaruhi oleh penilaian orang lain menganggap bagus sebuah jasa, maka nasabah biasanya percaya atas penilaian tersebut.⁶⁰

2.5.3 Indikator Citra Pegadaian Syariah

Adapun yang menjadi indikator citra pegadaian syariah dalam penelitian ini, sebagai berikut:⁶¹

a. Fasilitas fisik

Fasilitas fisik sebagai penunjang bangunan pokok dan produk yang ditawarkan juga mempunyai pengaruh yang kuat bagi nasabah. Biasanya berupa bangunan perusahaan bagus.

b. Pelayanan

Atribut pelayanan nasabah yang berperan dalam pembentukan *image* perusahaan dimata nasabah yang langsung diberikan oleh pramuniaga dan langsung dapat dirasakan oleh para nasabah.

c. Kualitas jasa

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain yang merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah diterapkan.

⁶⁰ Amirullah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta:Gramedia ilmu, 2002) h. 43

⁶¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, Edisi Revisi, Cet 7, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 280-281

2.6 Hubungan Antar Variabel

2.6.1 Pengaruh Kualitas *Customer Service* Terhadap Keputusan Nasabah

Customer service bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kualitas *customer service* yang baik diukur oleh nasabah, sehingga nasabah tahu perusahaan yang memberikan pelayanan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah. Semakin tingginya tingkat persaingan, akan menyebabkan nasabah menghadapi lebih banyak berbagai produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga nasabah akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk. Kualitas *customer service* yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada nasabah, tidak hanya nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah tetapi juga berdampak kepada perusahaan lain. Karena nasabah yang kecewa akan bercerita kepada nasabah lainnya. Dampaknya, calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan tingkat kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Kualitas *customer service* erat kaitannya dengan pemikiran pelanggan mengenai mutu suatu usaha.⁶²

Dapat disimpulkan bahwa semakin berkualitas *customer service* semakin banyak nasabah yang akan menggunakan produk-produk pegadaian. Apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak pegadaian syariah menunjukkan kualitas jasa yang menyenangkan dan nyaman, maka nasabah akan menggunakan produk terhadap jasa tersebut. Hubungan antara kualitas *customer service* dengan

⁶² Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), h.182

keputusan nasabah adalah bahwa kualitas yang tinggi menimbulkan tingkat keputusan pelanggan yang tinggi pula.

2.6.2 Pengaruh Tingkat Kebutuhan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang dibutuhkan nasabah untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh kesejahteraan dan kenyamanan. Besarnya kecintaan manusia terhadap harta ternyata karena kebutuhan manusia yang beraneka ragam dan tidak pernah merasa puas. Karena keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut tiada hentinya, maka hasrat manusia untuk memperoleh lebih banyak kekayaan tidak akan berhenti juga. Jika sekiranya tidak ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut atau keinginan tersebut dibatasi dan terpuaskan, maka tidak banyak perjuangan dalam hidup.⁶³ Semakin besar tingkat kebutuhan pelanggan atau nasabah maka besar kemungkinan nasabah tersebut akan mencari produk dan menggunakan produk layanan tersebut yang tentunya sesuai dengan kebutuhannya.

2.6.3 Pengaruh Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah

Citra merupakan tujuan pokok bagi suatu perusahaan, dalam hal ini pengertian citra itu sendiri adalah abstrak, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda *respect* dan rasa hormat dari masyarakat ataupun publik. Citra adalah hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran nasabah melalui dampak kombinasi dari iklan, *public relation*, citra fisik, dari mulut ke mulut, dan pengalaman nyata. Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah jasa, sering kali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan

⁶³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Grup, 2003), h. 33

dengan jasa dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut, dapat berupa kesan nasabah yang telah melakukan penggunaan jasa yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan jasa tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak mempengaruhi keputusan penggunaannya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan. Semakin baik citra perusahaan di mata seorang nasabah atau pelanggan baik itu ditinjau dari kualitas pelayanan atau jasa dan juga produk maka akan berpengaruh terhadap pemikiran nasabah untuk menggunakan produk dari suatu perusahaan.⁶⁴

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2

No	Nama dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Ulinuha (2010), Pengaruh dan Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang. ⁶⁵	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil secara parsial menunjukkan bahwa pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Citra pegadaian syariah signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai.
2.	Tri Surya Ningsih (2017), Analisis	Dependen: Keputusan	Kuantitatif dan Analisis	Secara parsial kualitas jasa

⁶⁴ Soleh Soemirat, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 114

⁶⁵ Ahmad Ulinuha, *Pengaruh dan Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang, 2010)

	Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo. ⁶⁶	Nasabah Independen: Kualitas Jasa, Kepercayaan, Risiko	Regresi Linier Berganda.	berpengaruh signifikan, variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dan variabel risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.
3.	Dewi Silviana (2018), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo. ⁶⁷	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: Reputasi, Promosi dan Produk	Kuantitatif dengan menggunakan faktor <i>analysis</i> .	Hasil uji analisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah adalah faktor reputasi yang meliputi lokasi, citra pegadaian syariah, popularitas pegadaian dan penjualan pribadi.
4.	Siti Hadijah (2015), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Denpasar. ⁶⁸	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: faktor tampilan fisik, empati, keandalan, ketanggapan dan jaminan	Kuantitatif dengan menggunakan faktor <i>analysis</i> .	Hasil uji analisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah cabang Denpasar adalah faktor tampilan fisik (<i>tangible</i>).

⁶⁶ Tri Surya Ningsih, *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo*, (Skripsi: IAIN Salatiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017)

⁶⁷ Dewi Silviana, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Surabaya, 2018)

⁶⁸ Siti Hadijah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Denpasar*, Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, No.1, Vol. 5 Tahun 2015)

5.	Feti Rukmanasari (2017), Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Majapahit Semarang. ⁶⁹	Dependen: Minat Nasabah Independen: Pengetahuan, Promosi, Kualitas Pelayanan	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa pegadaian syariah.
6.	Royhan Jamaan (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah. ⁷⁰	Dependen: Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Independen: Pelayanan dan Citra Perusahaan	Kuantitatif dengan analisis jalur dan uji sobel	Bahwa kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah.
7.	Dwi Nur Sholichah (2005), Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara Yogyakarta.	Dependen: Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah Independen: Kualitas <i>Customer Service</i> dan Citra Pegadaian Syariah.	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua 45variable mempengaruhi keputusan nasabah dan 45variable citra pegadaian menjadi 45variable paling dominan yang mempengaruhi nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah .

⁶⁹ Feti Rukmanasari, *Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Majapahit Semarang*, (Skripsi: IAIN Salatiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017)

⁷⁰ Royhan Jamaan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2016)

8.	Bondan Tejo Bimantoro (2017), Pengaruh Kebutuhan Nasabah dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung. ⁷¹	Dependen: Kepuasan Nasabah Independen: Kebutuhan Nasabah dan Pelayanan	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Dari hasil analisis kebutuhan nasabah dan pelayanan bank berpengaruh secara positif relevan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia cabang Pembantu Tulungagung.
9	Seftiani (2017), Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. ⁷²	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: Citra Perusahaan dan Atribut Produk	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Secara parsial citra perusahaan dan atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah.
10	Fauziatul Hidayati (2018), Determinan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah. ⁷³	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: Iklan, Kualitas Layanan dan Citra Bank	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Secara parsial iklan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan. Sedangkan citra bank tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan bank.
11	Diah Susilowati (2020),	Dependen: Keputusan	Kuantitatif dan Analisis	Variabel produk gadai tidak

⁷¹ Bondan Tejo Bimantoro, *Pengaruh Kebutuhan Nasabah dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Skripsi: IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017)

⁷² Setiani, *Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2017)

⁷³ Fauziatul Hidayati, *Determinan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2018)

	Pengaruh Produk Gadai, Nilai Taksiran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai di Pegadaian Syariah Cab Sukharjo. ⁷⁴	Nasabah Independen: Produk Gadai, Nilai Taksiran Kualitas Pelayanan.	Regresi Linier Berganda.	berpengaruh signifikan dan negatif. Nilai taksiran dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan nasabah.
12	Tri Surya Ningsih (2017), Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo. ⁷⁵	Dependen: Keputusan Nasabah Independen: Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Kualitas jasa dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah di pegadaian syariah Solo.
13	Melissa (2016), Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartphone di Galeri Smartfren Manado. ⁷⁶	Dependen: Keputusan Pembelian Independen: Kebutuhan dan Gaya Hidup	Kuantitatif dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Secara parsial variabel kebutuhan dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel smartphone.

Sumber: Penelitian Terdahulu

⁷⁴ Diah Susilowati, Pengaruh Produk Gadai, Nilai Taksiran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai di Pegadaian Syariah Cab Sukharjo, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta, 2020)

⁷⁵ Tri Surya Ningsih, *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017)

⁷⁶ Melissa, *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartphone di Galeri Smartfren Manado*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, 2016)

2.7.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu maka persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

1. Ahmad Ulinuha (2010), persamaannya pada variabel terikatnya yakni keputusan nasabah dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebasnya yaitu pada skripsi Ahmad hanya menguji dua variabel yakni pelayanan dan citra pegadaian syariah. Sedangkan penelitian ini menguji tiga variabel bebas yakni kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah dan juga lokasi penelitian.
2. Tri Surya Ningsih (2017), persamaannya pada variabel terikatnya yakni keputusan nasabah dan metode yang digunakan. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebasnya pada penelitian Tri menggunakan variabel kualitas jasa, kepercayaan dan risiko. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda.
3. Dewi Silviana (2018), persamaannya pada variabel terikatnya yakni keputusan nasabah dipegadaian syariah. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebasnya, pada penelitian Dewi menggunakan variabel reputasi, promosi dan produk. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda serta metode analisis data yang berbeda.

4. Siti Hadijah (2015), persamaannya pada variabel terikatnya yakni keputusan nasabah dipegadaian syariah. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebasnya, penelitian Siti menguji variabel faktor fisik, empati, keandalan dan jaminan. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda serta metode analisis data yang berbeda.
5. Feti Rukmanasari (2017), persamaannya pada metode penelitian dan objek penelitian yakni pegadaian syariah. Sedangkan perbedaannya pada variabel terikatnya, Feti menggunakan minat nasabah dan menguji variabel pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda.
6. Royhan Jamaan (2016), persamaan pada objek penelitian yakni pegadaian syariah. Sedangkan perbedaannya pada variabel terikatnya, Royhan menggunakan variabel kepercayaan dan loyalitas nasabah dan menguji variabel bebas yaitu pelayanan dan citra perusahaan. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah, lokasi penelitian juga berbeda dan metode penelitiannya.
7. Dwi Nur S (2005), persamaannya pada metode penelitian dan objek penelitian yakni pegadaian syariah. Perbedaannya pada variabel terikatnya, penelitian Dwi menggunakan variabel kualitas *customer service*, dan citra

pegadaian syariah. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda.

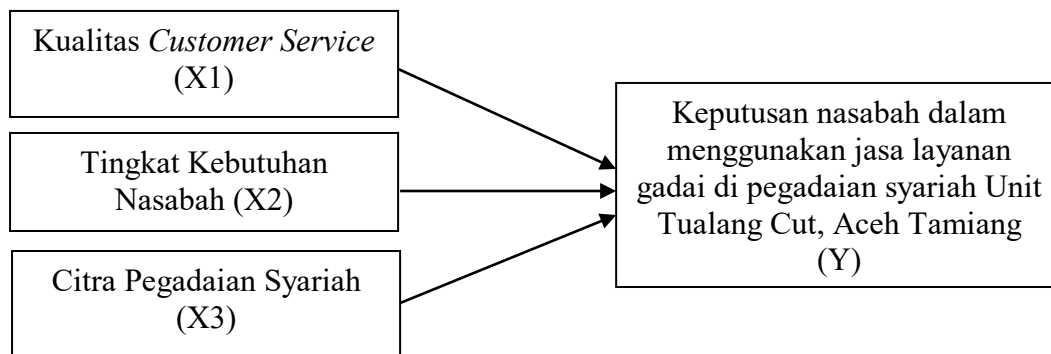
8. Bondan Tejo B (2017), persamaannya pada metode penelitian. Perbedaannya pada variabel terikat, Bondan menggunakan variabel kepuasan nasabah, dan menggunakan variabel bebas yakni kebutuhan nasabah dan pelayanan. Sedangkan penelitian ini menguji variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah serta lokasi penelitian juga berbeda.
9. Seftiani (2017), persamaannya pada metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya pada variabel terikat, Seftiani menggunakan variabel keputusan menabung nasabah, dan menggunakan variabel bebas yakni citra perusahaan dan atribut. Objek penelitian juga berbeda.
10. Fauziatul Hidayati (2018), persamaannya pada metode penelitian. Perbedaannya pada variabel bebas, Fauziatul menggunakan variabel iklan dalam menguji variabel terikat dan tidak menguji tingkat kebutuhan nasabah.
11. Diah S (2020), persamaannya pada metode penelitian yang digunakan. Perbedaannya pada variabel bebas dimana Diah tidak menguji variabel citra perusahaan dan tingkat kebutuhan nasabah.
12. Tri Surya N (2017), persamaannya pada metode penelitian yang digunakan dan objek penelitian. Perbedaannya pada variabel bebas, yakni penelitian Tri tidak menguji citra perusahaan dan tingkat kebutuhan nasabah.

13. Melissa (2016), persamaannya pada metode penelitian yang digunakan dan variabel terikat. Sedangkan perbedaannya pada variabel bebas dimana Melissa hanya menguji 2 variabel yaitu kebutuhan dan gaya hidup dan tidak menguji kualitas *customer service* dan citra perusahaan.

2.8 Kerangka Pemikiran Teoretis

Kerangka pemikiran teoritis ini dibuat untuk lebih memahami hubungan pengaruh kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang, dapat dilihat pada bagan dibawah ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoretis



2.9 Perumusan Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan sementara yang kita amati. Fungsinya untuk menguji kebenaran suatu teori.⁷⁷ Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka formulasi hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

⁷⁷ S. Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, (Jakarta : PT.Bumi Aksara, 2008), h. 41

- H0₁ : Kualitas *customer service* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- Ha₁ : Kualitas *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- H0₂ : Tingkat kebutuhan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- Ha₂ : Tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- H0₃ : Citra pegadaian syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- Ha₃ : Citra pegadaian syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.
- H0₄ : Kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Ha4 : Kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang objek penelitian ini menggunakan objek tertentu dimana hasil dan kesimpulan dalam penelitian ini hanya berlaku pada perusahaan yang bersangkutan. Dilihat dari penelitian menurut tingkat eksplanasinya termasuk penelitian deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, penafsiran terhadap penelitian tersebut, serta penampilan dari hasilnya. Demikian pula pada tahap kesimpulan penelitian akan lebih baik bila disertai dengan gambar, tabel, grafik, atau tampilan lainnya.⁷⁸

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut Aceh Tamiang. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan April 2020 sampai dengan selesai.

3.3 Sumber Data

3.3.1 Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli yakni dari responden melalui pengisian kuisioner, kelompok fokus dan panel atau juga data hasil wawancara

⁷⁸ M. Subono, Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2005), h 25

penelitian dengan narasumber.⁷⁹ Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari jawaban pengisian kuisioner oleh nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Uni Tualang Cut Aceh Tamiang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa layanan gadai yang terdiri dari kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah.

3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, laporan historis yang telah disusun, dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data-data dari buku, jurnal, skripsi, artikel atau lainnya yang terkait dengan penelitian untuk mengetahui gambaran umum yang ada hubungannya dengan materi kajian penelitian.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah total atau keseluruhan dari objek yang ingin diteliti. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah dari pegadaian syariah Unit Tualang Cut Aceh Tamiang yang berjumlah 2.928 nasabah.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data yang sebenarnya atau yang dianggap mewakili populasi.⁸⁰ Dengan melihat waktu dan tenaga maka penulis dalam menentukan jumlah sampel dengan metode

⁷⁹ Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2014), h. 73

⁸⁰ Azhar Akmal Tarigan, *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*, (Medan: Wal Ashri Punlishing, 2013), h. 76

simple random sampling yang merupakan pengambilan sampel secara acak.⁸¹ Penelitian ini menggunakan metode *random*, dimana pengambilannya adalah bahwa semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel. Teknik perhitungan banyaknya sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Slovin*, yaitu :

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

Keterangan : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e^2 = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) = 0,1

Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleranse, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Misalnya, penelitian batas kesalahan 5% berarti memiliki tingkat akurasi 95%. Penelitian dengan batas kesalahan 2% memiliki tingkat akurasi 98%. Dengan jumlah populasi yang sama, semakin kecil toleransi kesalahan, semakin besar jumlah sampel yang dibutuhkan. Adapun sampel dalam penelitian ini, yakni:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2928}{1+2928(0,1)^2} \\ &= \frac{2928}{1+29,28} = \frac{2928}{30,28} \\ &= 96,69 \text{ (dibulatkan)} = 100 \text{ responden} \end{aligned}$$

Dengan mengacu pada rumus di atas maka sampel dalam penelitian adalah 100 nasabah pengguna jasa layanan gadai di pegadaian syariah unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

⁸¹ Muslimin Karra, *Statistik Ekonomi*, (Makassar: UIN Alaudin Makassar, 2013), h. 195

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah suatu yang dapat membedakan atau mengubah nilai. Variabel ada dua yaitu terikat (*dependen variable*) dan variabel bebas (*independen variable*). Variabel terikat yaitu variabel yang memiliki ketergantungan terhadap variabel lain. Variabel bebas yaitu variabel yang tidak tergantung dengan variabel lain. Dalam penelitian ini variabel penelitian yang digunakan adalah variabel independen yakni kualitas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2), citra pegadaian syariah (X3) dan variabel dependen yakni keputusan nasabah (Y).

Tabel 3.1
Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Kualitas <i>customer service</i> (variabel bebas, X1) (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2011)	Aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat termasuk pelayanan pratransaksi dan pascatransaksi seperti, pada waktu nasabah menunggu di loket untuk mendapatkan pelayanan dari perusahaan sampai pada nasabah yang meninggalkan loket setelah mendapatkan pelayanan.	1. <i>Tangible</i> (Tampilan fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (perhatian) 6. <i>Compliance</i> (Pemenuhan)	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .
Tingkat kebutuhan nasabah (variabel bebas, X2) (Nugroho J. Setiadi, 2003)	Segala sesuatu yang dibutuhkan nasabah untuk mempertahankan hidup serta untuk memperoleh	1. Kebutuhan fisiologis. 2. Kebutuhan rasa aman. 3. Kebutuhan	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .

	kesejahteraan dan kenyamanan.	sosial. 4. Kebutuhn ego. 5. Kebutuhan aktulisasi diri.	
Citra pegadaian syariah (variabel bebas, X3) (Rosady Ruslan, 2006)	Suatu hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran nasabah melalui dampak kombinasi dari iklan, <i>publik relation</i> , citra fisik, dari mulut ke mulut, dan pengalaman nyata.	1. Fasilitas fisik. 2. Pelayanan. 3. Kualitas jasa.	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .
Keputusan penggunaan jasa layanan gadai (variabel terikat, Y) (Irham Fahmi, 2013)	Hal sesuatu yang diputuskan nasabah untuk memutuskan pilihan atas tindakan penggunaan jasa atau keputusan nasabah untuk menggadaikan barang di pegadaian syariah.	1. Kepatuhan keagamaan. 2. Bisnis dijalankan dengan cara yang halal. 3. Tidak ada unsur riba.	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .

Sumber: Diolah dari berbagai sumber

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting dalam penelitian, karena akan menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner atau angket yang merupakan “daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan jawaban sesuai dengan permintaan penggunaan”.⁸²

a. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

⁸² Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 8

responden untuk dijawab. Penyebaran kuisioner bertujuan untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban. Dalam penelitian ini bentuk kuisioner yang digunakan adalah angket tertutup (angket terstruktur) yaitu angket yang disajikan oleh peneliti dalam bentuk pilihan jawaban sehingga responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya.⁸³ Pertanyaan identitas dan pernyataan variabel yaitu variabel bebas X1 (kualitas *customer service*), X2 (tingkat kebutuhan nasabah), X3 (citra pegadaian syariah), dan variabel terikat Y (keputusan nasabah). Dengan melakukan penyebaran kuisioner untuk mengukur persepsi responden digunakan skala *likert* pada penelitian ini menggunakan kriteria, yaitu:⁸⁴

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono, 2010

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu peneliti akan melakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur (layak atau tidak). Pengujian

⁸³ Soeratno, *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008), h. 91.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 142.

instrumen dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap item kuisisioner yang digunakan valid atau tidak. Uji instrumen ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, yang akan dijelaskan sebagai berikut :

3.7.1 Uji Validitas

Uji ini merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas kuisisioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang diukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar kuisisioner pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.⁸⁵

Data yang valid berarti data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows release*, dari *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini jumlah sampel. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi "*Pearson Product Moment*" yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi r_{hitung} dengan nilai kritis r_{tabel} . Suatu pengujian dikatakan valid apabila:⁸⁶

1. Jika r_{hitung} positif, setara $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel valid.
2. Jika r_{hitung} negatif, setara $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tidak valid.

⁸⁵ *Ibid.*, h. 89

⁸⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 142.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabel yaitu derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu. Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (0,60). *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten inter item atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.⁸⁷

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸⁸ Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka teknik analisis data yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antar kualiatas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2), citra pegadaian syariah (X3) terhadap Keputusan Nasabah (Y) yang menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

⁸⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20,00*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011), h. 133

⁸⁸ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000), h. 212

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi syarat ketentuan model regresi. Pengujian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi, sebagai berikut:

3.8.1.1 Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Adapun ketentuannya dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal. Selain itu juga dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov Test* yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi data normal/tidak. Pedomannya jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya $\text{Sig.} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.⁸⁹

3.8.1.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Cara Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini

⁸⁹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*, (Bandung: Cita Pustaka Media Perintis, 2013), h. 169

menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* > 0.1 dan nilai $VIF < 10$. Jika nilai VIF dibawah 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF diatas 10 ($VIF > 10$) atau nilai *tolerance* < 0,10 maka telah terjadi multikolinearitas.⁹⁰

3.8.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varians residualnya dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu hal ini menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk.⁹¹

3.8.1.4 Uji Autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan

⁹⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,, h. 95

⁹¹ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,, h.176

ada *problem autokorelasi*. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu caranya dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (DW). Jika nilai DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. Jika nilai DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Jika nilai DW diatas +2 maka ada autokorelasi negatif.⁹²

3.8.1.5 Uji Linearitas

Pengujian ini untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai linear atau tidak. Dengan ketentuan jika nilai *Linearity Sig* < 0,05 atau nilai *Deviation from Linearity Sig.*> 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear atau dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.⁹³

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁹⁴ Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan terikat berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

⁹² Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h. 144

⁹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,, h. 96

⁹⁴ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*,....., h. 212

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan *software SPSS*, dengan rumus:⁹⁵

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y	= Keputusan Nasabah (Variabel Terikat)
X1	= Kualitas <i>Customer Service</i> (Variabel Bebas)
X2	= Tingkat Kebutuhan Nasabah (Variabel Bebas)
X3	= Citra Pegadaian Syariah (Variabel Bebas)
a	= Konstanta
b1, b2 ,b3	= Koefisien Regresi
e	= <i>Error Term</i>

3.8.3 Uji Hipotesis

3.8.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individu (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Proses pengambilan kesimpulan dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%). Dimana ketentuan yang digunakan yaitu:⁹⁶

1. Jika signifikan $t < \text{tingkat kesalahan } (\alpha=0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima (signifikan).
2. Jika signifikan $t > \text{tingkat kesalahan } (\alpha=0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak (tidak signifikan).

⁹⁵ Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum, *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), h. 6-7

⁹⁶ Sujarweni, V. Wiratma dan Poly Endrayanto, *Statistik Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 93

3.8.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F digunakan bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria dari uji ini dengan cara melihat nilai sig. Jika nilai sig $< 0,05$ maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dalam hipotesis yang digunakan sebagai berikut, dimana kriterianya :⁹⁷

1. Jika signifikan $F < \text{tingkat kesalahan } (\alpha=0,05)$, maka H_0 ditolak, H_a diterima (signifikan).
2. Jika signifikan $F > \text{tingkat kesalahan } (\alpha=0,05)$, maka H_0 diterima, H_a ditolak (tidak signifikan).

3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1. Jika hasil lebih mendekati angka 0 maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square* pada saat mengevaluasi model regresi terbaik, ini karena memiliki lebih dari satu variabel independen.⁹⁸

⁹⁷ *Ibid.*, h. 95

⁹⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS,....*, h. 87

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Pegadaian di Indonesia mulai berkembang semenjak adanya PP/10 tanggal 10 April 1990. Adanya PP/10 memiliki tujuan agar pegadaian mampu mencegah adanya praktik riba di Indonesia. Sampai kemudian terbit PP 103/200 sebagai landasan operasional bisnis PT Pegadaian. Banyak yang berpendapat jika operasionalisasi pegadaian sebelum adanya fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank, sudah sesuai dengan prinsip syariah, namun banyak yang menyangsikan anggapan tersebut. Pegadaian syariah sendiri mengacu pada system administrasi modern yang memiliki azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai Islam.⁹⁹

Di bawah binaan Divisi Usaha Lain PT. Pegadaian, konsep syariah diimplementasikan pada operasional di unit layanan gadai syariah (ULGS). Pengelolaan ULGS sendiri terpisah dari usaha gadai konvensional dan merupakan unit bisnis mandiri. Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Dewi Sartika merupakan pegadaian syariah yang pertama kali berdiri. ULGS Dewi Sartika berdiri pada tahun 2003 dan berlokasi di Jakarta. Sampai bulan September 2003, beberapa ULGS juga didirikan di beberapa kota di Indonesia seperti Surabaya Semarang, Surakarta, Makassar dan Yogyakarta. Kemudian 4 cabang pegadaian di Aceh juga dikonversi menjadi pegadaian syariah.¹⁰⁰

⁹⁹ <https://www.pegadaiansyariah.co.id>

¹⁰⁰ Nurul Huda dan Mohammad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 275

Salah satu pegadaian syariah di Aceh yakni pegadaian syariah cabang yang terletak di Tualang Cut, Aceh Tamiang Provinsi Aceh. Kantor Pegadaian syariah Unit UPS Tualang Cut, Aceh Tamiang ini melayani Gadai Syariah, Arrum, Mulia, EmasKu, MPO (pembelian dan pembayaran tagihan telepon, listrik, air, tiket, internet, TV berbayar, pembayaran iuran BPJS, dan lain-lain). Kantor Pegadaian persero ini menyediakan berbagai layanan terkait dengan produk-produk PT Pegadaian. Layanan produknya yang tersedia mulai dari investasi emas pegadaian, cek harga emas, tabungan emas, pendaftaran pegadaian digital (online), kredit cepat aman (KCA) pegadaian dan lainnya. Pada kantor ini juga nasabah bisa mengajukan pinjaman uang dengan jaminan mulai dari surat BPKB kendaraan motor atau mobil, surat tanah atau lainnya.

4.1.2 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Tabel 4.1

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Achmad Sugeng	Laki-Laki	Pimpinan Cabang
2	Rosdiana	Perempuan	Pengelola Unit
3	Fadly Fatahillah	Laki-Laki	Kasir
4	Fadli	Laki-Laki	Security
5	Amir Husin	Laki-Laki	Security
6	Suriadi	Laki-Laki	Security
7	M.Ridha Alfi	Laki-Laki	Security

4.2 Analisis Deskriptif Responden

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik-karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, umur dan pekerjaan berdasarkan dari hasil jawaban responden atas kuisisioner yang diberikan. Kuisisioner berisikan 17 item pertanyaan untuk faktor-faktor yang mendasari

nasabah menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut. Dalam penelitian ini, seluruh responden merupakan nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang dengan jumlah responden sebanyak 100 sampel.

Peneliti mulai menyebarkan kuesioner kepada para nasabah pegadaian syariah Unit Tualang Cut dari tanggal 13 Juli - 03 Agustus 2020. Kuisisioner disebarakan mulai hari Senin-Sabtu sejak pukul 09.00-14.00 WIB, untuk hari Sabtu dimulai pukul 09.00-12.00 WIB karena pada hari Sabtu hanya buka sampai jam 12 siang. Pegadaian syariah Unit Tualang Cut banyak dikunjungi oleh nasabah antara jam 09.00-12.00 siang, antara jam 12.00-15.00 memang terdapat nasabah yang mengunjungi pegadaian syariah namun tidak sebanyak diantara jam 09.00-12.00 WIB. Peneliti biasanya akan memperoleh banyak responden antara jam tersebut. Dalam sehari nasabah yang datang rata-rata berjumlah 30 nasabah. Jumlah 100 responden yang dibutuhkan oleh peneliti dapat dipenuhi oleh peneliti karena peneliti mendapatkan sekitar 8-20 nasabah yang bersedia menjadi responden setiap harinya.

Rata-rata responden membutuhkan waktu 5-7 menit untuk mengisi kuisisioner tersebut. Respon yang diberikan para responden beragam, namun kebanyakan menanggapi positif dan bersedia membantu peneliti untuk mengisi kuisisioner dikarenakan terburu-buru, sedang memiliki kesibukan ataupun karena memang tidak ingin mengisi kuisisioner. Peneliti terkadang mendampingi responden yang mengisi kuisisioner dan memberikan penjelasan atau gambaran terkait dengan item pertanyaan kuisisioner. Hal ini karna responden lebih

memahami dan memberikan pendapat yang sesuai dengan yang dirasakan oleh para responden terkait faktor-faktor yang mempengaruhi mereka menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	24	24%
Perempuan	76	76%
Total	100	100%

Sumber: Data Angket

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa jenis kelamin responden mayoritas adalah perempuan sebanyak 76 orang. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Tualang Cut berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Reponden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	21-26 Tahun	24	24%
2.	27-32 Tahun	26	26%
3.	33-38 Tahun	20	20%
4.	39-44 Tahun	17	17%
5.	45-50 Tahun	13	13%
	Total	100	100%

Sumber: Data Angket

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Tualang Cut berumur antara 27-32 tahun dengan jumlah sebanyak 26 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	PNS	10	10%
2.	Pegawai Swasta	26	26%
3.	Pelajar/Mahasiswa	12	12%
4.	Wiraswasta	38	38%
5.	Lain-lain	14	14%
	Total	100	100%

Sumber: Data Angket

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Tualang Cut bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 38 orang.

4.3 Statistik Deskripsi Data

a) Kualitas *Customer Service* (X1)

Dalam penilaian mengenai kualitas *customer service*, penulis mengambil indikatornya yaitu: *tangible* (tampilan fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *compliance* (kepatuhan).

Tabel 4.5
Statistik Deskripsi Data Kualitas *Customer Service*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.1	100	1	5	2.61	.840
x1.2	100	1	5	2.55	.892
x1.3	100	1	5	2.92	1.079
x1.4	100	1	5	2.72	1.129
x1.5	100	1	5	2.66	.989
x1.6	100	1	5	2.92	1.079
Kualitas Customer Service	100	6	30	15.28	4.395
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan hasil SPSS di atas, menunjukkan bahwa *mean* dari setiap indikator bernilai 3 yang berarti responden menyatakan sikap netral pada setiap item atau pernyataan dari variabel kualitas *customer service*.

b) Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)

Dalam penilaian mengenai tingkat kebutuhan nasabah pada pegadaian syariah cabang Tualang Cut, penulis mengambil indikatornya yaitu: kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), kebutuhan rasa aman (*safety needs*), kebutuhan sosial (*social needs*), kebutuhan ego (*egoistic needs*) dan kebutuhan aktualisasi diri (*need for self-actualization*).

Tabel 4.6
Statistik Deskripsi Data Tingkat Kebutuhan Nasabah
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.1	100	1	4	2.38	.801
x2.2	100	1	5	2.21	.924
x2.3	100	1	5	2.11	.840
x2.4	100	1	5	2.15	.892
x2.5	100	1	5	2.92	1.079
Tingkat Kebutuhan Nasabah	100	5	22	11.77	3.025
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan hasil SPSS di atas, menunjukkan bahwa *mean* dari setiap indikator bernilai 2 dan 3 yang berarti responden menyatakan sikap tidak setuju dan netral pada setiap item atau pernyataan dari variabel tingkat kebutuhan nasabah.

c) Citra Pegadaian Syariah (X3)

Dalam penilaian mengenai citra pegadaian syariah, penulis mengambil indikatornya yaitu: fasilitas fisik, pelayanan dan kualitas jasa.

Tabel 4.7
Statistik Deskripsi Data Citra Pegadaian Syariah
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.1	100	1	5	2.15	.892
x3.2	100	1	5	2.92	1.079
x3.3	100	1	5	2.72	1.129
Citra Pegadaian Syariah	100	3	15	7.79	2.504
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan hasil SPSS di atas, menunjukkan bahwa nilai *mean* dari setiap indikator bernilai 3 yang berarti responden menyatakan sikap netral pada setiap item atau pernyataan dari variabel citra pegadaian syariah.

d) Keputusan Nasabah (Y)

Dalam penilaian mengenai keputusan nasabah, penulis mengambil indikatornya yaitu: kepatuhan keagamaan, bisnis dijalankan dengan cara yang halal dan tidak ada unsur riba.

Tabel 4.8
Statistik Deskripsi Data Keputusan Nasabah
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y.1	100	1	5	2.92	1.079
y.2	100	1	5	2.72	1.129
y.3	100	1	5	2.39	1.043
Keputusan Nasabah	100	3	13	8.03	2.496
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan hasil SPSS di atas, menunjukkan bahwa *mean* dari setiap indikator bernilai 3 yang berarti responden menyatakan sikap netral pada setiap item atau pernyataan dari variabel keputusan nasabah.

4.4 Hasil Pengujian Instrumen

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar kuisioner pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5%. Suatu pengujian dikatakan valid apabila:¹⁰¹

1. Jika r_{hitung} positif, setara $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel valid.
2. Jika r_{hitung} negatif, setara $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tidak valid.

Dalam penelitian ini didapat r_{tabel} sebesar $df=N-2=100-2=98$, $r_{tabel}= 0,1966$.

Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini, yakni:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas <i>Customer Service</i> (X1)	x1.1	0,594	0,1966	Valid
	x1.2	0,726	0,1966	Valid
	x1.3	0,831	0,1966	Valid
	x1.4	0,769	0,1966	Valid
	x1.5	0,593	0,1966	Valid
	x1.6	0,831	0,1966	Valid
Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)	x2.1	0,553	0,1966	Valid
	x2.2	0,628	0,1966	Valid
	x2.3	0,678	0,1966	Valid
	x2.4	0,799	0,1966	Valid
	x2.5	0,666	0,1966	Valid
Citra Pegadaian Syariah (X3)	x3.1	0,743	0,1966	Valid
	x3.2	0,850	0,1966	Valid
	x3.3	0,819	0,1966	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	y.1	0,807	0,1966	Valid
	y.2	0,806	0,1966	Valid
	y.3	0,686	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS

¹⁰¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 142.

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa dari semua variabel yang diteliti, yakni: kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah, citra pegadaian syariah dan keputusan nasabah dengan jumlah sebanyak 17 item yang diajukan, terlihat bahwa semua item pernyataan adalah valid, karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan pada instrumen (angket) variabel bersifat valid (layak) dan dapat dijadikan alat ukur dalam analisis berikutnya.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Caranya dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.¹⁰²

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Alpha Standar	Keterangan
Kualitas <i>Customer Service</i> (X1)	0,822	0,6	Reliabel
Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)	0,681	0,6	Reliabel
Citra Pegadaian Syariah (X3)	0,726	0,6	Reliabel
Keputusan Nasabah (Y)	0,651	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa dari semua variabel yang diteliti yakni: kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah, citra pegadaian syariah dan keputusan nasabah memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan semua instrumen dalam penelitian ini reliabel.

¹⁰²Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM*,, h. 133

4.5 Uji Asumsi Klasik

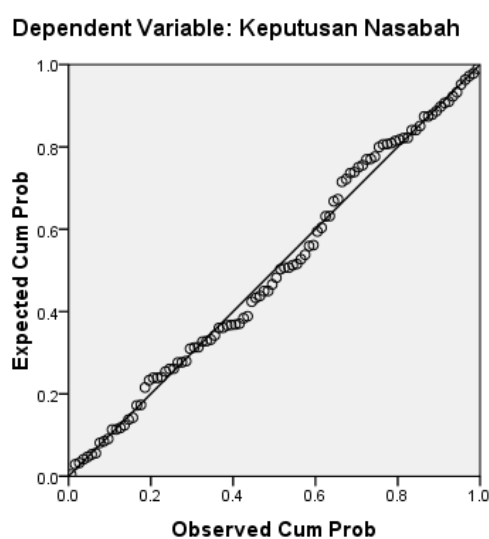
Sebelum melakukan uji hipotesis, maka terdapat beberapa uji asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model regresi, hal ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan telah memenuhi syarat ketentuan model regresi :

4.5.1 Uji Normalitas

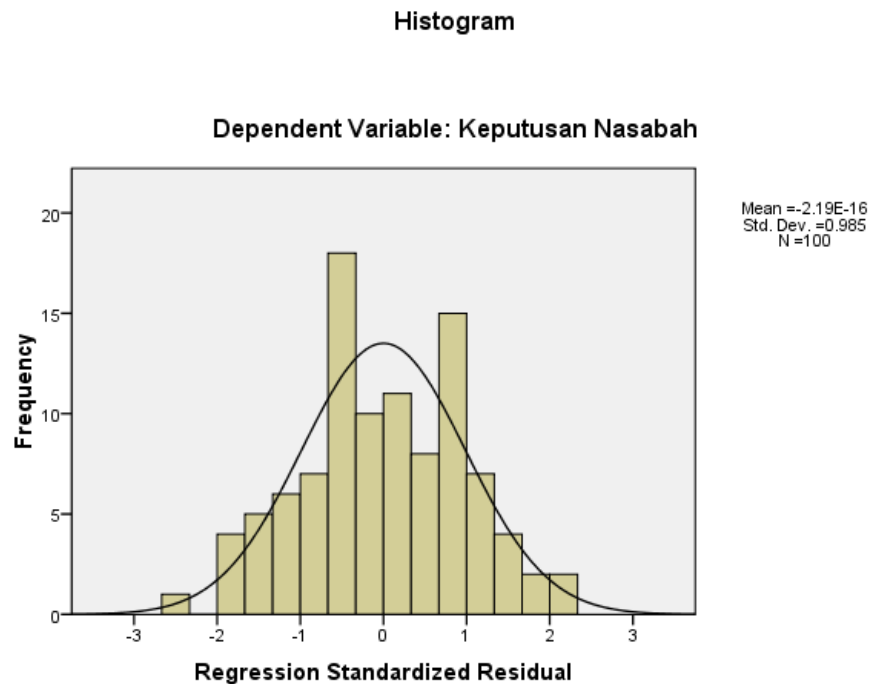
Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki data distribusi normal atau tidak. Ketentuannya dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal. Selain itu juga dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov Test*, pedomannya jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya.¹⁰³ Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



¹⁰³ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*,, h. 169



Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan data dalam penelitian berdistribusi normal dikarenakan titik-titik berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dan pada gambar berikutnya yakni kurva grafik histogram juga menunjukkan data berdistribusi normal karena membentuk gambar seperti lonceng. Sedangkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu:

Tabel 4.11
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34464121
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.053
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.594
Asymp. Sig. (2-tailed)		.872

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0,594 dan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,872 yang lebih besar dari 0,05 ini berarti data berdistribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua hasil uji menunjukkan data berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linear. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinieritas. Caranya dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF dibawah 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas, sebaliknya jika nilai VIF diatas 10 ($VIF > 10$) atau nilai *tolerance* $< 0,10$ maka telah terjadi multikolinearitas.¹⁰⁴ Adapun hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Kualitas Customer Service	.831	.733	.580	.312	3.201
Tingkat Kebutuhan Nasabah	.607	-.253	-.141	.315	3.175
Citra Pegadaian Syariah	.090	-.005	-.003	.984	1.017

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

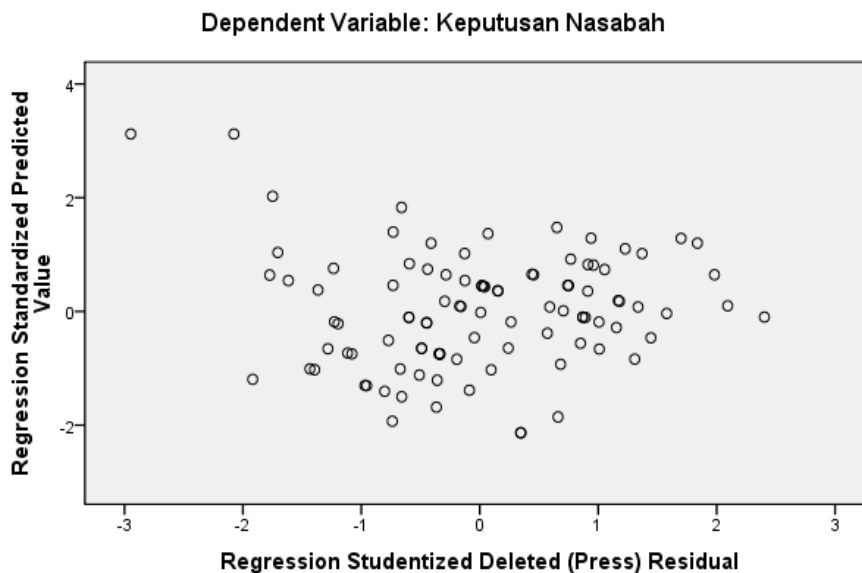
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$). Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

¹⁰⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,*, h. 95

4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Caranya dengan melihat grafik *scatterplot*, jika *scatterplot* membentuk pola tertentu hal ini menunjukkan adanya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heterokedastisitas pada model regresi yang dibentuk.¹⁰⁵ Adapun hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini, yaitu:

Gambar 4.2
Hasil Uji Heterokedastisitas
Scatterplot



Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik pada *scatterplot* menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar baik di

¹⁰⁵ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, , h.176

atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dalam penelitian ini tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Uji ini untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu caranya dengan melihat nilai *Durbin-Watson* (DW). Jika nilai DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. Jika nilai DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Jika nilai DW diatas +2 maka ada autokorelasi negatif.¹⁰⁶ Adapun hasil uji autokorelasi penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.13
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.710	78.287	3	96	.000	1.558

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, terlihat nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,558 yang artinya bahwa nilai DW berada di antara -2 sampai +2 sehingga tidak terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.

4.5.5 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai linear atau tidak. Dengan ketentuan jika nilai

¹⁰⁶ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*,, h. 144

Linearity Sig < 0,05 atau nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear atau dapat dipergunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.¹⁰⁷ Adapun hasil uji linearitas masing-masing variabel dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Linearitas
Kualitas *Customer Service* (X1)
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Kualitas Customer Service	Between Groups (Combined)	509.932	17	29.996	22.992	.000
	Linearity	425.640	1	425.640	326.258	.000
	Deviation from Linearity	84.291	16	5.268	4.038	.000
Within Groups		106.978	82	1.305		
Total		616.910	99			

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai *Linearity Sig.* sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kualitas *Customer Service* (X1) dengan variabel Keputusan Nasabah (Y).

Tabel 4.15
Hasil Uji Linearitas
Kebutuhan Nasabah (X2)
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Tingkat Kebutuhan Nasabah	Between Groups (Combined)	322.495	15	21.500	6.134	.000
	Linearity	227.263	1	227.263	64.841	.000
	Deviation from Linearity	95.231	14	6.802	1.941	.033
Within Groups		294.415	84	3.505		
Total		616.910	99			

Sumber: Data primer diolah SPSS

¹⁰⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS,*, h. 96

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai *Linearity Sig.* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2) dengan variabel Keputusan Nasabah (Y).

Tabel 4.16
Hasil Uji Linearitas
Citra Pegadaian Syariah (X3)
ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Citra Pegadaian Syariah	Between Groups (Combined)	34.962	10	3.496	.535	.861
	Linearity	4.987	1	4.987	.763	.385
	Deviation from Linearity	29.975	9	3.331	.509	.864
	Within Groups	581.948	89	6.539		
	Total	616.910	99			

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan output di atas, diperoleh nilai *Deviation From Linearity Sig.* sebesar $0,864 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Citra Pegadaian Syariah (X3) dengan variabel Keputusan Nasabah (Y).

4.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Regresi adalah alat analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas (kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah, citra pegadaian syariah) dan terikat (keputusan nasabah) berhubungan positif atau

negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun hasil uji regresi linier berganda penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.476	.687		.113	2.839
	Kualitas Customer Service	.590	.056	1.038	.479	.701
	Tingkat Kebutuhan Nasabah	-.207	.081	-.251	-.367	-.046
	Citra Pegadaian Syariah	-.003	.055	-.003	-.112	.107

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, maka dalam penelitian ini didapat model persamaan regresinya, sebagai berikut:

$$Y = 1,476 + 0,590X_1 + (-)0,207X_2 + (-)0,003X_3 + e$$

1. Konstanta sebesar 1,476, menyatakan bahwa jika informasi kualitas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2) dan citra pegadaian syariah (X3) bernilai tetap, maka keputusan nasabah (Y) pegadaian syariah Unit Tualang Cut akan bernilai tetap sebesar 1,476.
2. Koefisien regresi kualitas *customer service* (X1) sebesar 0,590 berarti setiap peningkatan kualitas *customer service* 1 point, akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,590 dengan anggapan variabel lain tetap.
3. Koefisien regresi tingkat kebutuhan nasabah (X2) sebesar -0,207 berarti setiap peningkatan tingkat kebutuhan nasabah 1 point, akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,207 dengan anggapan variabel lain tetap.

4. Koefisien regresi citra pegadaian syariah sebesar -0,003 berarti setiap peningkatan citra pegadaian syariah 1 point, akan menurunkan keputusan nasabah sebesar 0,003 dengan anggapan variabel lain tetap.

4.7 Uji Statistik

4.7.1 Uji t (Parsial)

Uji t ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen (kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah) mempengaruhi variabel dependen (keputusan nasabah) secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial dengan tingkat kepercayaan signifikansi sebesar kurang dari 0,05 (sig.<0,05). Dengan nilai t_{tabel} didapat $N - k = 100 - 4 = 96$, sehingga diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,985$. Adapun hasil uji t penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.476	.687		2.150	.034
	Kualitas Customer Service	.590	.056	1.038	10.553	.000
	Tingkat Kebutuhan Nasabah	-.207	.081	-.251	-2.560	.012
	Citra Pegadaian Syariah	-.003	.055	-.003	-.046	.963

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, peneliti mendapatkan nilai sig. masing-masing untuk kualitas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2) dan citra pegadaian syariah (X3), yaitu :

1. Nilai sig. dari variabel kualitas *customer service* yakni $0,000 < 0,05$ artinya bahwa variabel kualitas *customer service* berpengaruh signifikan secara statistik. Sedangkan nilai t hitung variabel kualitas *customer service* sebesar 10,553 dan nilai t hitung yang telah ditetapkan adalah 1,985 jadi nilai t hitung $> t$ tabel. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dapat disimpulkan kualitas *customer service* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin banyak pula nasabah yang memutuskan untuk menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut.
2. Nilai sig. dari variabel tingkat kebutuhan nasabah yakni $0,012 < 0,05$ artinya bahwa variabel tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Sedangkan nilai t hitung variabel kebutuhan nasabah sebesar -2,560 dan nilai t hitung yang telah ditetapkan adalah 1,985 jadi nilai t hitung $< t$ tabel. Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dapat disimpulkan tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Hal ini berarti semakin banyak tingkat kebutuhan nasabah maka keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan di pegadaian syariah semakin besar juga.
3. Nilai sig. dari variabel citra pegadaian syariah yakni $0,963 > 0,05$ artinya bahwa variabel citra pegadaian syariah berpengaruh tidak signifikan

terhadap keputusan nasabah. Sedangkan nilai t hitung citra pegadaian syariah sebesar $-0,046$ dan nilai t hitung yang telah ditetapkan adalah $1,985$ jadi nilai t hitung $< t$ tabel. Dengan demikian H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Dapat disimpulkan citra pegadaian syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

4.7.2 Uji F (simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Diperoleh nilai F tabel = $2,70$ ($df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k = 100 - 4 = 96$ adalah $2,70$). Adapun hasil uji F penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	437.912	3	145.971	78.287	.000 ^a
	Residual	178.998	96	1.865		
	Total	616.910	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($78,287 > 2,70$) sehingga H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2) dan citra pegadaian syariah (X3) bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji koefisien determinasi ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Adapun koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square* pada saat mengevaluasi model regresi terbaik, ini karena memiliki lebih dari satu variabel independen.¹⁰⁸

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.701	1.365

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data primer diolah SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,701. Hal ini bahwa persentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 70,1%. Koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square* karena penelitian ini memiliki lebih dari satu variabel. Dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Tualang Cut dapat dijelaskan oleh variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah sebesar 70,1%. Sedangkan sisanya 29,9% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

¹⁰⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS,....*, h. 87

4.8 Analisa Hasil Penelitian

4.8.1 Pengaruh Kualitas *Customer Service* Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Secara parsial hasil uji kualitas *customer service* (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($10,553 > 1,985$) yang artinya bahwa variabel kualitas *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah berdasarkan penelitian pada 100 responden yang merupakan nasabah pegadaian syariah Unit Tualang Cut. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dapat disimpulkan kualitas *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pegadaian syariah maka semakin banyak pula nasabah yang memutuskan untuk menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut.

Hal ini sesuai dengan teori Rambat dalam bukunya yang mengatakan bahwa *customer service* bukan sekedar maksud melayani namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerjasama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Kualitas *customer service* yang baik diukur oleh nasabah, sehingga nasabah tahu perusahaan yang memberikan pelayanan dan senantiasa memberikan nilai tambah di mata nasabah. Semakin berkualitas *customer service* semakin banyak nasabah yang akan menggunakan produk-produk pegadaian.¹⁰⁹

¹⁰⁹ Rambat Lupriyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*, (Jakarta: Selemba Empat, 2001), h. 119

Kualitas *customer service* yang rendah akan menimbulkan ketidakpuasan pada nasabah, tidak hanya nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah tetapi juga berdampak kepada perusahaan lain. Karena nasabah yang kecewa akan bercerita kepada nasabah lainnya. Dampaknya, calon nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas *customer service* akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan bisnis. Salah satu tantangan dari perkembangan pegadaian syariah adalah bagaimana meningkatkan kualitas *customer service* dalam penyajian dan penyampaian informasi kepada nasabah untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada.

Kegiatan sehari-hari dalam semua kegiatan pegawai adalah mengedepankan pelayanan yang diperlukan nasabah baik nasabah lama maupun nasabah baru. Pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang saat ini sangat kompeten dalam pelayanan dan salah satunya adalah sangat responsif dalam melayani nasabah termasuk kebutuhan-kebutuhan nasabah. Hasil ini didukung oleh penelitian Feti (2017), Royhan Jamaan (2016), Diah Susilowati (2020) dan Ahmad Ulinuha (2010) yang mengatakan bahwa kualitas *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah. Adanya kualitas *customer service* yang baik maka akan dapat menciptakan kepercayaan di benak pelanggan bahwa pelayanan yang diberikan adalah baik. Selain itu juga akan mempengaruhi pelanggan lain untuk menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah sebagai nasabah baru.¹¹⁰

¹¹⁰ Feti Rukmanasari, *Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Majapahit Semarang*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017), h. 84

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Tri Surya Ningsih (2017), Chusnul Chotimah (2014) dan Maisur (2015) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.¹¹¹

4.8.2 Pengaruh Tingkat Kebutuhan Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Secara parsial hasil uji variabel tingkat kebutuhan nasabah (X₂) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($-2,560 < 1,985$) artinya bahwa variabel tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah berdasarkan penelitian pada 100 responden yang merupakan nasabah pegadaian syariah Unit Tualang Cut. Dengan demikian H₀₂ ditolak dan H_{a2} diterima. Dapat disimpulkan tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang. Hal ini berarti semakin besar tingkat kebutuhan nasabah maka keputusan nasabah dalam menggunakan layanan di pegadaian syariah semakin besar juga.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Etta Mamang, yang menyatakan bahwa kebutuhan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan atau membelinya. Kebutuhan konsumen muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan

¹¹¹ Tri Surya Ningsih, *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2017), h. 79

yang sebenarnya terjadi. Dari berbagai macam kebutuhan yang dirasakan konsumen inilah yang menjadikan mereka mengambil keputusan untuk menggunakan suatu produk guna memenuhi kebutuhan mereka, dalam hal ini adalah menggunakan jasa pegadaian syariah.¹¹²

Kebutuhan nasabah sangatlah penting bagi dunia ekonomi dalam hal ini khususnya pegadaian syariah. Karena dengan memenuhi kebutuhan nasabah, maka perusahaan pegadaian syariah sendiri dapat mengetahui seberapa besar keinginan nasabah dan pegadaian harus terus mengembangkan sikap dalam meningkatkan kepuasan nasabah sesuai kebutuhannya. Hasil ini didukung oleh penelitian Bondan Tejo (2017), Dimas Fauzie (2016) dan Nur Rahmah (2011) yang mengatakan kebutuhan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Suatu perusahaan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga semakin besar kebutuhan nasabah maka keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk juga semakin besar tidak jarang pula diikuti dengan kepuasan nasabah atas produk yang digunakan sesuai dengan kebutuhannya.¹¹³

Berbeda hasil dengan penelitian Melissa (2016) dan Nur Rahmah (2011) yang mengatakan bahwa kebutuhan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini karena objek penelitian yang berbeda yakni pada keputusan pembelian ponsel smartphone. Di zaman yang modern seperti ini ponsel termasuk salah satu kebutuhan terutama bagi para pebisnis untuk

¹¹² Etta Mamang, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), h. 334

¹¹³ Bondan Tejo Bimantoro, *Pengaruh Kebutuhan Nasabah dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2017), h. 77

mempromosikan produknya. Namun bagi sebagian orang pembelian smartphone bukanlah menjadi suatu kebutuhan karena beberapa telah memiliki ponsel lebih dari satu. Sehingga pada saat melakukan pembelian bukan karena kebutuhan ada alasan lain seperti gaya hidup.¹¹⁴

4.8.3 Pengaruh Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Secara parsial hasil uji variabel citra pegadaian syariah (X3) terhadap keputusan nasabah (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,963 > 0,05$ dan nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel ($-0,046 < 1,985$) artinya bahwa variabel citra pegadaian syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah berdasarkan penelitian pada 100 responden yang merupakan nasabah pegadaian syariah Unit Tualang Cut. Dengan demikian H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak. Dapat disimpulkan citra pegadaian syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

Tidak semua orang dapat terpengaruh dengan sebuah citra dari suatu perusahaan. Tidak semua nasabah atau pelanggan menjadikan citra sebagai acuan untuk memutuskan menggunakan barang atau jasa di suatu perusahaan termasuk pegadaian, bank ataupun lembaga keuangan syariah lainnya. Hasil ini didukung oleh penelitian Fauziatul Hidayah (2018) dan Qamariah (2016) yang mengatakan

¹¹⁴ Melissa, *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartphone di Galeri Smartfren Manado*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado, 2016), h. 69

bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.¹¹⁵

Sedangkan penelitian Yulianti (2017) dan Candra Pratama (2017) mengatakan bahwa citra memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dalam hal ini adalah keputusan menabung di bank syariah. Citra perusahaan terjadi secara *word of mouth* di antara nasabah satu dengan yang lainnya. Semakin baik *word of mouth* yang ada pada nasabah, maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah. Dengan demikian semakin baik citra suatu perusahaan maka akan semakin besar tingkat keputusan seorang pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa suatu perusahaan.¹¹⁶

4.8.4 Pengaruh Kualitas *Customer Service*, Tingkat Kebutuhan Nasabah dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Yang Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang

Hasil uji secara simultan menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($78,287 > 2,70$) yang artinya secara statistik berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah berdasarkan penelitian pada 100 responden yang merupakan nasabah pegadaian syariah cabang Tualang Cut. Dengan demikian H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas *customer service* (X1), tingkat kebutuhan nasabah (X2) dan citra pegadaian syariah (X3) bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

¹¹⁵ Fauziatul Hidayah, *Determinan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Citra Bank Sebagai Variabel Intervening*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2018), h. 76

¹¹⁶ Chandra Bayu Pratama, *Pengaruh Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*, (Skripsi: STIE Perbanas Surabaya, 2017), h. 70

terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang.

Jika variabel kualitas *customer service* maupun citra pegadaian syariah ditingkatkan lagi maka akan diikuti dengan bertambahnya nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah khususnya cabang Tualang Cut, Aceh Tamiang. Hasil ini didukung oleh penelitian Royhan Jamaan (2016), Dewi Silviana (2018,), Dwi Nur (2005), Feti R (2017), Bondan T (2017) dan Siti Hadijah (2015) yang mengatakan bahwa kualitas *customer service*, kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pegadaian syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada Bab IV melalui pembuktian terhadap hipotesis “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Di Pegadaian Syariah (Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)” maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, berdasarkan hipotesis secara parsial sebagai berikut :

1. Variabel kualitas *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang (dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung 10,553).
2. Variabel tingkat kebutuhan nasabah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang (dengan nilai signifikansi sebesar 0,012 dan nilai t hitung -2,560)
3. Variabel citra pegadaian syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang (dengan nilai signifikansi sebesar 0,963 dan nilai t hitung -0,046)
4. Variabel kualitas *customer service*, tingkat kebutuhan nasabah dan citra pegadaian syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang (dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 78,287)

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran, yakni :

1. Bagi pegadaian syariah Unit Tualang Cut diharapkan dapat lebih meningkatkan mutu kualitas *customer service*, profesionalisme kerja dan terus mengembangkan inovasi produk-produknya dengan tetap berdasarkan pada nilai-nilai syariah. Hal ini karena mengingat variabel kualitas *customer service* berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan pegadaian syariah.
2. Bagi akademik dapat dijadikan bahan referensi dan bagi pihak kampus harus selalu meningkatkan kualitas karya hasil penelitian bagi semua mahasiswanya.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan dapat menambahkan atau mencari variabel independen lainnya diluar penelitian ini seperti variabel kepercayaan, loyalitas dan lainnya, karena masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pegadaian syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ali, Zainuddin. 2008. *Hukum Gadai Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Gramedia Ilmu.
- Basyir, Ahmad Azhar. 1983. *Hukum Islam Tentang Riba, Utang-Piutang Gadai*. Bandung: Al-Maarif.
- Bimantoro, Bondan Tejo. 2017. *Pengaruh Kebutuhan Nasabah dan Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Skripsi: IAIN Tulungagung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, Edisi III.
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung: Alfabeta.
- Fajar, Taufik. *Pegadaian Catat Kinerja Positif di Tengah Pandemi Covid-19*. Jakarta: Economy dalam <https://www.economy.okezone.com> Diakses pada 25 Agustus 2020.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20,00*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hadijah, Siti. 2015. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Cabang Denpasar*. Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, No.1, Vol. 5.
- Hidayati, Fauziatul. 2018. *Determinan Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Huda, Nurul dan Mohammad Heykal. 2010. *Landasan Ijma' tentang Rahn*. Jakarta: Kencana.

_____. 2010. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Kencana.

<https://www.pegadaiansyariah.co.id>

Jamaan, Royhan. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Jasfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor: Ghalia Indah.

Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.

Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis.

Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Karra, Muslimin. 2013. *Statistik Ekonomi*. Makassar: UIN Alaudin Makassar.

Kementerian Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: PT Sinergi Pustaka Indonesia.

Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Implementasi dan Kontrol, edisi ke-9 Jilid 1 (terjemahan: A.B Susanto)*. Jakarta: Salemba 4.

Kuat, Ismanto. 2009. *Manajemen Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Lupriyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Jakarta: Selemba Empat.

Mamang, Etta. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Mardani. 2013. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenamedia Grup.

_____, 2014. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, Cet 1*, Jakarta: Kencana.

- Melissa. 2016. *Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartphone di Galeri Smartfren Manado*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhammad. 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin Pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Mulazid, Ade Sofyan. 2012. *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*. Kementerian Agama RI.
- Nasution, S. 2008. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Ningsih, Tri Surya. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Solo*. Skripsi: IAIN Salatiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Nurlatifa,. 2016. *Analisis Pengaruh Informasi Gadai, Kualitas Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pegadaian Syariah Cabang Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang*. Jurnal EBIS Vol.2 No.2 April 2016. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Peraturan Pemerintah No 10 Tahun 1990 pasal 3 ayat 1a tentang Lembaga Gadai.
- Puspaningtyas, Lipa. *Per Mei 2019 Pegadaian Syariah Tumbuh 42,79%*, Jakarta: Syariah Ekonomi dalam <https://www.m.republika.com> Diakses pada 25 Agustus 2020.
- Pratama, Chandra Bayu. 2017. *Pengaruh Citra Bank dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya*. Skripsi: STIE Perbanas Surabaya.
- Roni, Andespa. 2016. *Strategi Pelayanan Bank Konvensional dan Syariah : Prioritas Pelayanan Fisik dan Empati dalam Memenuhi Kepuasan*., Al-Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, No.1 Vol. 2.

- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rukmanasari, Feti. 2017. *Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Majapahit Semarang*. Skripsi: IAIN Salatiga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Edisi Revisi, Cet 7. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, Anita. 2017. *Determinan Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah*. Seminar Nasional dan The 6th Call for Syariah Paper, Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Setiani. 2017. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
- Sholichah, Dwi Nur. 2005. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah Cabang Kusumanegara*. Skripsi: Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga Yoyakarta.
- Silviana, Dewi. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo*. Skripsi: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Surabaya.
- Soemirat, Soleh. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Soeratno. 2008. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sopiah dan Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sudrajat, M. Subono. 2005. *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratma. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, Ahmad. 2010. *Pegadaian Syariah*. Kudus: Fima Rodheta Bekerjasama dengan STAIN.
- Susilowati, Diah. 2020. *Pengaruh Produk Gadai, Nilai Taksiran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai di Pegadaian Syariah Cab Sukharjo*. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syafei, Rahmat. 1995. *Konsep Gadai; Ar-Rahn dalam Fikih Islam Antara Nilai Sosial dan Nilai Komersial dalam Huzaimah T. Yanggo, Problematika Hukum Islam Kontemporer III*. Jakarta: Lembaga Studi Islam dan Kemasyarakatan cet. II.
- Syakir, Syaikh Ahmad. 2014. *Mukhtashar Tafsir Ibnu Katsir (Terj: Suharlan)*. Jakarta: Darus Sunnah.
- Tarigan, Azhar Akmal. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*. Medan: Wal Ashri Punlishing.

- Tim Dosen Ekonometrika dan Tim Asisten Praktikum. 2015. *Buku Pedoman Praktikum Ekonometrika*. Malang: Universitas Brawijaya.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2011. *Total Quality Management (TMQ)*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Ulinuha, Ahmad. 2010. *Pengaruh dan Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit Semarang*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Islam IAIN Walisongo Semarang.
- Umar, Husein. 2000. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2008. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,.
- _____. 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Wiratma, Sujarweni, V dan Poly Endrayanto. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

LAMPIRAN 1: KUISIONER

**PENGARUH KUALITAS *CUSTOMER SERVICE*, KEBUTUHAN
NASABAH, CITRA PEGADAIAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI DI PEGADAIAN SYARIAH
(Unit Tualang Cut, Aceh Tamiang)**

Petunjuk Pengisian :

1. Mohon ditulis identitas anda secara lengkap
2. Bacalah pertanyaan dengan cermat
3. Isilah dengan keadaan yang sebenarnya, angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian.
4. Berikan tanda centang (✓) pada kolom pilihan jawaban yang tersedia

Identitas Responden :

Nama :
Alamat :
Jenis kelamin :
Pekerjaan :
Umur :

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

1. Keputusan Penggunaan Jasa Layanan Gadai

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya menggunakan produk pegadaian syariah Unit Tualang Cut karena sesuai prinsip syariah Islam.					
2	Saya menggunakan produk pegadaian syariah karena bisnis yang dijalankan dengan cara yang halal.					
3	Saya menggunakan produk pegadaian syariah, karena riba diharamkan dalam Islam dan ingin menghindari riba.					

2. Kualitas *Customer Service*

No	Pernyataan	SB	B	N	TB	STB
1	Peralatan teknologi yang disediakan pegadaian syariah Tualang Cut modern					
2	Staff pegadaian syariah cabang Tualang Cut memberikan pelayanan tepat waktu sesuai janji					
3	Untuk bertransaksi di pegadaian syariah Unit Tualang Cut tidak perlu mengantri lama					
4	Staff pegadaian syariah Unit Tualang Cut memberikan rasa aman kepada nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah					
5	Memberikan perhatian secara personal kepada nasabah					
6	Pegadaian syariah beroperasi sesuai prinsip Islam					

3. Tingkat Kebutuhan Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Pegadaian syariah Unit Tualang Cut digunakan untuk memenuhi kebutuhan Anda					
2	Menitipkan barang ke pegadaian syariah agar memiliki rasa aman tanpa takut barang hilang					
3	Menggunakan produk dan jasa pada pegadaian syariah untuk memenuhi kebutuhan bersama					
4	Demi keamanan terhadap harta kita, saya rela menitip barang di pegadaian syariah					
5	Pegawai pegadaian syariah mengetahui kebutuhan Anda					

4. Citra Pegadaian Syariah

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Bangunan kantor pegadaian syariah Unit Tualang Cut bagus					
2	Pelayanan yang diberikan kepada nasabah memuaskan					
3	Kualitas kinerja staff pegadaian syariah Unit Tualang Cut baik					

LAMPIRAN 2 : TABULASI DATA

No	Kualitas <i>Customer Service</i> (X1)							Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)					
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	X1	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	X2
1	2	1	3	2	1	3	12	3	2	2	1	3	11
2	3	2	4	4	3	4	20	3	2	3	2	4	14
3	2	2	4	2	2	4	16	2	2	2	2	4	12
4	2	2	3	4	3	3	17	3	2	2	2	3	12
5	2	3	3	3	3	3	17	2	2	2	3	3	12
6	2	3	3	2	2	3	15	2	2	2	3	3	12
7	2	2	5	4	2	5	20	2	2	2	2	5	13
8	3	2	2	1	1	2	11	2	2	3	2	2	11
9	2	2	3	3	2	3	15	3	2	2	2	3	12
10	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10
11	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10
12	2	2	2	3	3	2	14	3	2	2	2	2	11
13	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	2	2	11
14	3	3	3	3	3	3	18	1	3	3	3	3	13
15	2	2	4	4	3	4	19	4	2	2	2	4	14
16	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
17	2	2	3	3	2	3	15	3	2	2	2	3	12
18	3	3	4	4	3	4	21	3	2	3	3	4	15
19	2	2	4	2	4	4	18	2	2	2	2	4	12
20	2	2	4	3	3	4	18	3	2	2	2	4	13
21	4	2	4	4	4	4	22	4	3	4	2	4	17
22	1	2	2	3	4	2	14	3	2	1	2	2	10
23	1	1	4	3	2	4	15	3	1	1	1	4	10
24	3	3	4	4	3	4	21	3	2	3	3	4	15
25	2	2	3	3	2	3	15	3	2	2	2	3	12
26	2	2	4	2	2	4	16	3	2	2	2	4	13
27	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
28	2	3	4	4	4	4	21	2	2	2	3	4	13
29	2	1	3	2	2	3	13	2	2	2	1	3	10
30	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
31	2	2	4	4	2	4	18	3	2	2	2	4	13
32	3	2	4	1	2	4	16	2	2	3	2	4	13

33	2	1	2	1	1	2	9	2	1	2	1	2	8
34	2	1	3	3	2	3	14	2	2	2	1	3	10
35	3	3	4	3	3	4	20	4	3	3	3	4	17
36	2	2	4	3	3	4	18	3	2	2	2	4	13
37	2	2	2	3	2	2	13	3	2	2	2	2	11
38	2	2	2	2	2	2	12	1	2	2	2	2	9
39	2	3	3	3	3	3	17	3	2	2	3	3	13
40	2	2	1	4	3	1	13	3	4	2	2	1	12
41	2	1	4	4	2	4	17	2	1	2	1	4	10
42	2	3	3	3	3	3	17	3	2	2	3	3	13
43	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10
44	2	2	4	2	2	4	16	3	2	2	2	4	13
45	1	1	3	3	2	3	13	3	2	1	1	3	10
46	3	3	3	3	3	3	18	3	2	3	3	3	14
47	2	2	4	4	3	4	19	3	1	2	2	4	12
48	3	3	2	3	3	2	16	4	2	3	3	2	14
49	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	5
50	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15
51	2	2	4	3	4	4	19	2	2	2	2	4	12
52	2	3	4	2	2	4	17	2	2	2	3	4	13
53	2	2	3	3	2	3	15	3	2	2	2	3	12
54	2	2	4	4	2	4	18	2	2	2	2	4	12
55	1	2	3	3	2	3	14	1	1	1	2	3	8
56	1	1	1	1	1	1	6	2	2	1	1	1	7
57	1	2	2	2	3	2	12	2	2	1	2	2	9
58	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10
59	2	2	3	4	3	3	17	3	2	2	2	3	12
60	2	2	2	3	3	2	14	2	2	2	2	2	10
61	3	2	1	2	3	1	12	2	2	3	2	1	10
62	2	3	3	3	2	3	16	1	1	2	3	3	10
63	2	2	2	3	1	2	12	2	1	2	2	2	9
64	2	1	1	1	3	1	9	3	4	2	1	1	11
65	2	2	3	3	4	3	17	1	1	2	2	3	9
66	2	2	3	3	1	3	14	3	2	2	2	3	12
67	2	1	1	3	4	1	12	2	3	2	1	1	9

68	1	1	2	2	3	2	11	1	2	1	1	2	7
69	2	3	2	4	2	2	15	1	2	2	3	2	10
70	1	3	4	1	2	4	15	2	2	1	3	4	12
71	2	2	1	2	2	1	10	2	4	2	2	1	11
72	2	2	2	2	1	2	11	2	1	2	2	2	9
73	1	3	5	4	1	5	19	1	3	1	3	5	13
74	3	4	3	2	1	3	16	4	5	3	4	3	19
75	1	1	1	1	4	1	9	2	1	1	1	1	6
76	4	4	4	4	4	4	24	2	2	4	4	4	16
77	2	1	2	1	2	2	10	1	1	2	1	2	7
78	5	5	5	5	5	5	30	3	4	5	5	5	22
79	1	1	2	1	3	2	10	3	2	1	1	2	9
80	2	1	1	1	1	1	7	2	1	2	1	1	7
81	2	1	2	1	2	2	10	1	1	2	1	2	7
82	1	3	4	2	1	4	15	1	4	1	3	4	13
83	1	1	1	1	1	1	6	2	2	1	1	1	7
84	4	1	2	1	1	2	11	2	1	4	1	2	10
85	1	2	2	1	2	2	10	2	3	1	2	2	10
86	5	5	5	5	5	5	30	2	5	5	5	5	22
87	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	4	18
88	2	1	2	5	3	2	15	3	1	2	1	2	9
89	1	3	4	2	1	4	15	2	3	1	3	4	13
90	1	2	2	1	2	2	10	3	4	1	2	2	12
91	1	3	5	4	2	5	20	3	1	1	3	5	13
92	1	2	3	4	5	3	18	2	1	1	2	3	9
93	2	1	2	3	1	2	11	2	3	2	1	2	10
94	2	1	4	3	2	4	16	2	3	2	1	4	12
95	1	2	3	5	4	3	18	2	3	1	2	3	11
96	3	3	3	3	3	3	18	2	3	3	3	3	14
97	2	1	2	1	2	2	10	2	3	2	1	2	10
98	3	2	4	5	2	4	20	1	1	3	2	4	11
99	2	2	4	3	2	4	17	4	5	2	2	4	17
100	2	4	3	1	3	3	16	4	3	2	4	3	16

Citra Pegadaian Syariah (X3)				Keputusan Nasabah (Y)			
x3.1	x3.2	x3.3	X3	y.1	y.2	y.3	Y
1	1	1	3	3	2	3	8
3	3	3	9	4	4	4	12
2	4	3	9	4	2	4	10
3	4	2	9	3	4	3	10
2	3	3	8	3	3	2	8
2	4	4	10	3	2	2	7
2	3	3	8	5	4	4	13
1	1	1	3	2	1	2	5
2	2	2	6	3	3	5	11
2	2	2	6	2	2	2	6
2	3	4	9	2	2	2	6
2	2	3	7	2	3	4	9
2	1	2	5	2	2	2	6
3	3	3	9	3	3	1	7
2	2	3	7	4	4	3	11
1	1	1	3	3	3	3	9
2	3	3	8	3	3	3	9
2	3	3	8	4	4	5	13
1	1	3	5	4	2	3	9
1	2	2	5	4	3	2	9
3	2	4	9	4	4	3	11
3	4	1	8	2	3	3	8
2	1	2	5	4	3	4	11
2	2	2	6	4	4	4	12
3	5	4	12	3	3	3	9
4	3	2	9	4	2	3	9
1	1	1	3	3	3	3	9
4	4	4	12	4	4	4	12
1	2	1	4	3	2	2	7
5	5	5	15	3	3	3	9
1	2	1	4	4	4	4	12
1	1	1	3	4	1	3	8
1	2	1	4	2	1	2	5
3	4	2	9	3	3	3	9
1	1	1	3	4	3	4	11
1	2	1	4	4	3	3	10
2	2	1	5	2	3	3	8

5	5	5	15	2	2	1	5
4	4	4	12	3	3	4	10
1	2	5	8	1	4	3	8
3	4	2	9	4	4	2	10
2	2	1	5	3	3	3	9
3	5	4	12	2	2	2	6
2	3	4	9	4	2	4	10
1	2	3	6	3	3	3	9
1	4	3	8	3	3	3	9
2	3	5	10	4	4	4	12
3	3	3	9	2	3	3	8
1	2	1	4	1	1	1	3
2	4	5	11	3	3	3	9
2	4	3	9	4	3	3	10
4	3	1	8	4	2	3	9
1	3	2	6	3	3	3	9
2	4	4	10	4	4	3	11
2	4	2	8	3	3	3	9
2	3	4	9	1	1	2	4
3	3	3	9	2	2	2	6
3	3	2	8	2	2	2	6
2	5	4	11	3	4	3	10
2	2	1	5	2	3	1	6
2	3	3	8	1	2	2	5
2	2	2	6	3	3	1	7
2	2	2	6	2	3	2	7
2	2	3	7	1	1	2	4
2	2	2	6	3	3	2	8
3	3	3	9	3	3	2	8
2	4	4	10	1	3	2	6
3	3	3	9	2	2	1	5
2	3	3	8	2	4	2	8
3	4	4	11	4	1	2	7
2	4	2	8	1	2	1	4
2	4	3	9	2	2	3	7
2	4	4	10	5	4	2	11
2	2	3	7	3	2	1	6
1	4	3	8	1	1	1	3
3	4	4	11	4	4	2	10

2	3	3	8	2	1	2	5
2	4	2	8	5	5	2	12
3	3	3	9	2	1	2	5
3	4	4	11	1	1	3	5
1	3	2	6	2	1	1	4
3	3	3	9	4	2	1	7
2	4	4	10	1	1	2	4
2	4	1	7	2	1	1	4
1	2	1	4	2	1	1	4
1	3	3	7	5	5	1	11
3	4	3	10	4	4	3	11
2	4	3	9	2	5	3	10
2	2	3	7	4	2	1	7
2	2	2	6	2	1	1	4
3	3	3	9	5	4	1	10
2	1	4	7	3	4	1	8
1	4	4	9	2	3	1	6
3	3	3	9	4	3	1	8
2	2	2	6	3	5	1	9
2	4	2	8	3	3	1	7
1	3	3	7	2	1	1	4
3	3	3	9	4	5	1	10
2	4	4	10	4	3	3	10
3	2	3	8	3	1	2	6

LAMPIRAN 3 : HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

A. PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

Kualitas *Customer Service* (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	Kualitas Customer Service
x1.1	Pearson Correlation	1	.517**	.277**	.331**	.340**	.277**	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.001	.001	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.517**	1	.495**	.383**	.368**	.495**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.277**	.495**	1	.537**	.215*	1.000**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.032	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.331**	.383**	.537**	1	.478**	.537**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.340**	.368**	.215*	.478**	1	.215*	.593**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.000		.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	.277**	.495**	1.000**	.537**	.215*	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.032		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Kualitas Customer Service	Pearson Correlation	.594**	.726**	.831**	.769**	.593**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Tingkat Kebutuhan Nasabah
x2.1	Pearson Correlation	1	.300**	.238*	.202*	.199*	.553**
	Sig. (2-tailed)		.002	.017	.044	.047	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.300**	1	.282**	.427**	.108	.628**
	Sig. (2-tailed)	.002		.004	.000	.284	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.238*	.282**	1	.517**	.277**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.017	.004		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.202*	.427**	.517**	1	.495**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.044	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.199*	.108	.277**	.495**	1	.666**
	Sig. (2-tailed)	.047	.284	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Tingkat Kebutuhan Nasabah	Pearson Correlation	.553**	.628**	.678**	.799**	.666**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Citra Pegadaian Syariah (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	Citra Pegadaian Syariah
x3.1	Pearson Correlation	1	.495**	.383**	.743**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	.495**	1	.537**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.383**	.537**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Citra Pegadaian Syariah	Pearson Correlation	.743**	.850**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Keputusan Nasabah (Y)

Correlations

		y.1	y.2	y.3	Keputusan Nasabah
y.1	Pearson Correlation	1	.537**	.315**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100
y.2	Pearson Correlation	.537**	1	.291**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100
y.3	Pearson Correlation	.315**	.291**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000
	N	100	100	100	100
Keputusan Nasabah	Pearson Correlation	.807**	.806**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

Kualitas *Customer Service* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	6

Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

Citra Pegadaian Syariah (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	3

Keputusan Nasabah (Y)

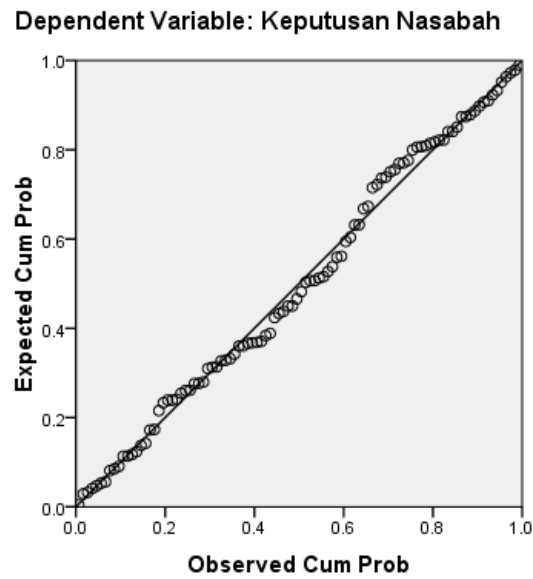
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	3

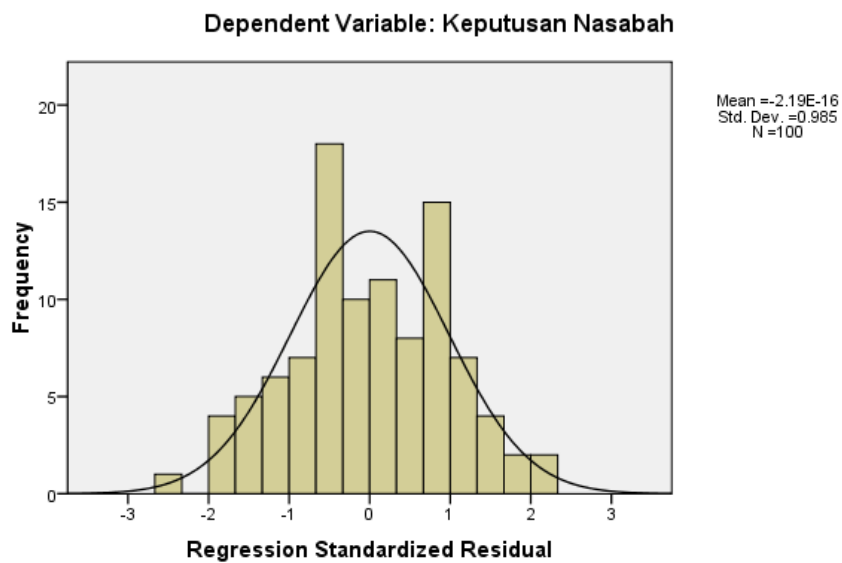
B. UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34464121
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.053
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.594
Asymp. Sig. (2-tailed)		.872

a. Test distribution is Normal.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

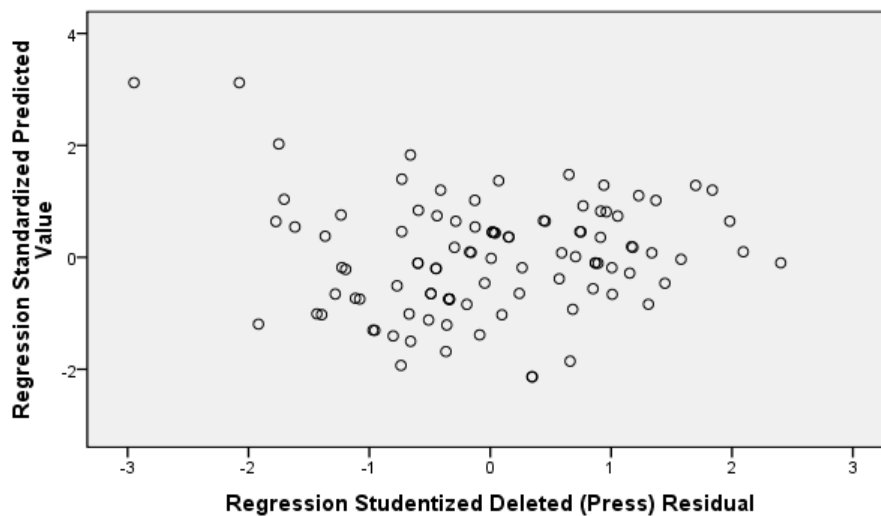
Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Kualitas Customer Service	.831	.733	.580	.312	3.201
	Tingkat Kebutuhan Nasabah	.607	-.253	-.141	.315	3.175
	Citra Pegadaian Syariah	.090	-.005	-.003	.984	1.017

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

3. Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Nasabah



4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.710	78.287	3	96	.000	1.558

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

5. Uji Linearitas

Kualitas Customer Service (X1)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Kualitas Customer Service	Between Groups (Combined)	509.932	17	29.996	22.992	.000
	Linearity	425.640	1	425.640	326.258	.000
	Deviation from Linearity	84.291	16	5.268	4.038	.000
Within Groups		106.978	82	1.305		
Total		616.910	99			

Tingkat Kebutuhan Nasabah (X2)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Tingkat Kebutuhan Nasabah	Between Groups (Combined)	322.495	15	21.500	6.134	.000
	Linearity	227.263	1	227.263	64.841	.000
	Deviation from Linearity	95.231	14	6.802	1.941	.033
Within Groups		294.415	84	3.505		
Total		616.910	99			

Citra Pegadaian Syariah (X3)

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Nasabah * Citra Pegadaian Syariah	Between Groups (Combined)	34.962	10	3.496	.535	.861
	Linearity	4.987	1	4.987	.763	.385
	Deviation from Linearity	29.975	9	3.331	.509	.864
Within Groups		581.948	89	6.539		
Total		616.910	99			

6. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta	Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.476	.687		.113	2.839
	Kualitas Customer Service	.590	.056	1.038	.479	.701
	Tingkat Kebutuhan Nasabah	-.207	.081	-.251	-.367	-.046
	Citra Pegadaian Syariah	-.003	.055	-.003	-.112	.107

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

7. Uji Hipotesis

a. Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.476	.687		2.150	.034
	Kualitas Customer Service	.590	.056	1.038	10.553	.000
	Tingkat Kebutuhan Nasabah	-.207	.081	-.251	-2.560	.012
	Citra Pegadaian Syariah	-.003	.055	-.003	-.046	.963

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Uji F (simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	437.912	3	145.971	78.287	.000 ^a
	Residual	178.998	96	1.865		
	Total	616.910	99			

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.843 ^a	.710	.701	1.365

a. Predictors: (Constant), Citra Pegadaian Syariah, Tingkat Kebutuhan Nasabah, Kualitas Customer Service

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

LAMPIRAN 4: TABEL DISTRIBUSI R

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Sumber: Azuar Juliandi dan Irfan, 2013

Lampiran 5 : Tabel Distribusi t

Dk	t_{0,05}	dk	t_{0,05}	dk	t_{0,05}
-	-	35	2.030	71	1.994
-	-	36	2.028	72	1.993
1	12.706	37	2.026	73	1.993
2	4.303	38	2.024	74	1.993
3	3.182	39	2.023	75	1.992
4	2.776	40	2.021	76	1.992
5	2.571	41	2.020	77	1.991
6	2.447	42	2.018	78	1.991
7	2.365	43	2.017	79	1.990
8	2.306	44	2.015	80	1.990
9	2.262	45	2.014	81	1.990
10	2.228	46	2.013	82	1.989
11	2.201	47	2.012	83	1.989
12	2.179	48	2.011	84	1.989
13	2.160	49	2.010	85	1.988
14	2.145	50	2.009	86	1.988
15	2.131	51	2.008	87	1.988
16	2.120	52	2.007	88	1.987
17	2.110	53	2.006	89	1.987
18	2.101	54	2.005	90	1.987
19	2.093	55	2.004	91	1.986
20	2.086	56	2.003	92	1.986
21	2.080	57	2.002	93	1.986
22	2.074	58	2.002	94	1.986
23	2.069	59	2.001	95	1.985
24	2.064	60	2.000	96	1.985
25	2.060	61	2.000	97	1.985
26	2.056	62	1.999	98	1.984
27	2.052	63	1.998	99	1.984
28	2.048	64	1.998	100	1.984
29	2.045	65	1.997	101	1.984
30	2.042	66	1.997	102	1.983
31	2.040	67	1.996	103	1.983
32	2.037	68	1.995	104	1.983
33	2.035	69	1.995	105	1.983
34	2.032	70	1.994	106	1.983

Sumber: Azuar Juliandi&Irfan, 2013

Lampiran 6: Tabel Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Sumber: Azuar Juliandi & Irfan, 2013

Lampiran 7: Dokumentasi Penelitian





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Reka Aruna
Nim : 4012017160
Tempat dan Tanggal Lahir : Matang Tepah, 08 Oktober 1998
Kewarganeraan : Indonesia
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Desa Matang Tepah Kec. Bendahara
Kab. Aceh Tamiang
Ayah : Harun
Ibu : Eriana
Email : recha08101998@gmail.com

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2012 : SD Negeri Matang Tepah
2012-2015 : SMP Negeri 2 Karang Baru
2015-2017 : SMA Negeri 1 Karang Baru

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 156 TAHUN 2020
T E N T A N G

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

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

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
 - b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
 - c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
 2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
 4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
 8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan** : **Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 19 Mei 2020.**

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan** : **Mulyadi, MA** sebagai Pembimbing I dan **Khairatun Hisan, M.sc.** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Reka Aruna**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012017160, dengan Judul Skripsi : **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai di Pegadaian Syariah”**.
- Ketentuan** :
- a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
 - b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
 - c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
 - d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
 - e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
 - f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
 - h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

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

Ditetapkan di : Langsa
Pada Tanggal : 11 Juni 2020 M
19 Syawal 1441 H

Dekan,

Iskandar

Tembusan :

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