

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG MINAT MASYARAKAT  
BERTRANSAKSI DI PEGADAIAN SYARIAH  
(Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng)**



Oleh :  
**Andrian Saputra**  
**NIM 170501230**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2021**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG MINAT MASYARAKAT  
BERTRANSAKSI DI PEGADAIAN SYARIAH  
(Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng)**

**Skripsi  
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram  
Untuk Melengkapi Persyaratan Mencapai Gelar  
Serjana Ekonomi**



**Oleh :  
Andrian Saputra  
NIM 170501230**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2021**


## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Andrian Saputra, NIM: 170501230 dengan judul Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Masyarakat Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng) telah memenuhi syarat dan disetujui untuk di ujikan.

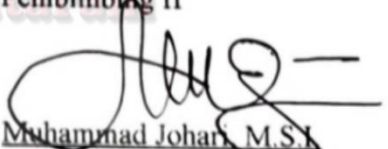
Di setujui pada tanggal: 18 Desember 2021



Pembimbing I

  
Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.  
NIP. 196508171997931001

Pembimbing II

  
Muhammad Johari, M.S.I.  
NIP. 198501272018011001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 18 Desember 2021

Hal : Ujian Skripsi

**Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di Mataram**

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

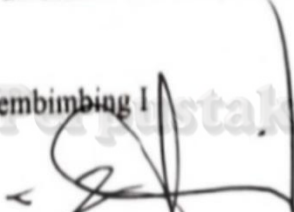
Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Andrian Saputra  
NIM : 170501230  
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah  
Judul : Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Masyarakat Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng)

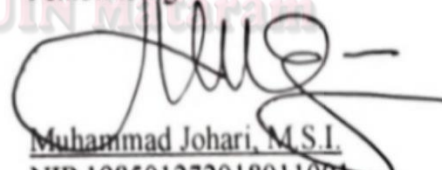
Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

*Wassalamu'alaikum, Wr.Wb.*

Pembimbing I

  
Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.  
NIP. 196508171997931001

Pembimbing II

  
Muhammad Johari, M.S.I.  
NIP.198501272018011001

## PENGESAHAN

Skripsi oleh: Andrian Saputra, NIM: 170501230 dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng)” telah di pertahankan di depan dewan penguji jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 28 Desember 2021 dan dinyatakan sah untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

### Dewan Penguji

Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.  
Ketua Sidang/Pembimbing I

Muhammad Johari, M.S.I.  
Sekretaris Sidang/Pembimbing II

H. Bahrur Rosyid, S.P., M.E.  
(Penguji I)

Didi Suwardi, M.Sc.  
(Penguji II)



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perpustakaan UIN Mataram



Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag.

NIP. 197111102002121001

## MOTTO



## Perpustakaan UIN Mataram

“Dan ketahuilah, pertolongan itu bersama kesabaran Jalan keluar itu bersama permasalahan dan bersama kesulitan ada kemudahan”  
(HR. Tirmidzi)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Hr. Tirmidzish. *Shahih Hr. Tirmidzi*, (Allah SWT, Arrasullah SAW), Jilid 1, 244

## PERSEMBAHAN



*“Pertama-tama saya mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmatnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ini kupersembahkan untuk kedua orang tuaku yang selalu mendukungku dalam segala apapun, yang menjadi penyemangat suka maupun duka sehingga tugas akhir ini bisa terselesaikan dengan lancar. Untuk saudara-saudaraku dan semua keluarga besar. Untuk teman-temanku yang selalu meberikan suport untuk tidak menyerah, serta semua Guru dan Dosenku. Semoga amal dan perbuatan mereka mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.”*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah Subhanahu wa Taala tuhan semesta alam atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng)”. Selawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi teladan bagi umat manusia di seluruh belahan dunia.

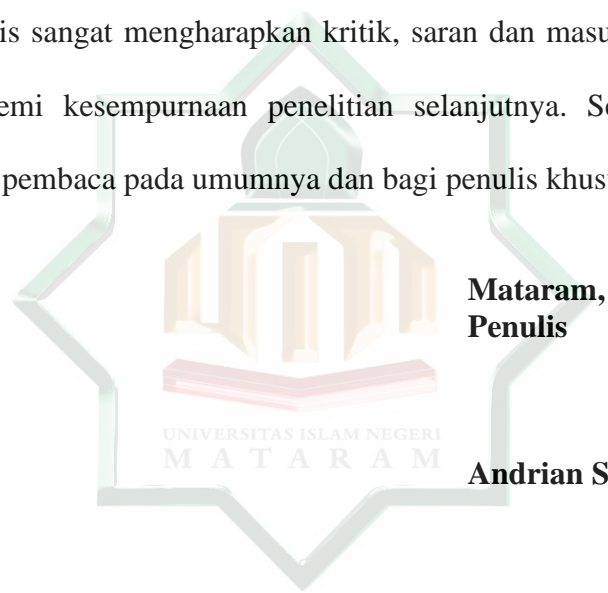
Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, bimbingan dan dukungan sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir kuliah ini.
2. Bapak Drs. Agus Mahmud, M.Ag. selaku Dosen Pembimbing 1 dan bapak Muhammad Johari, M.S.I. selaku Dosen Pembimbing 2 terima kasih atas ketulusan hati dan kesabarannya dalam membimbing dan mengarahkan penulis.
3. Prof. Dr. Masnun, M.Ag. selaku Rektor UIN Mataram, yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberi bimbingan.
4. Bapak Dr. Riduan Mas'ud, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
5. Ibu Dr. Zulfawati, M.A. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
6. Bapak/Ibu dosen yang sudah mengajar dan membimbing selama ini.



7. Semua dosen yang telah memberikan ilmu dan pelajaran berharga semoga ilmu yang telah diajarkan menjadi ladang pahala dan bermanfaat bagi penulis di masa mendatang.
8. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Mataram.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik, saran dan masukan membangun dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya.



**Mataram, November 2021**  
**Penulis**

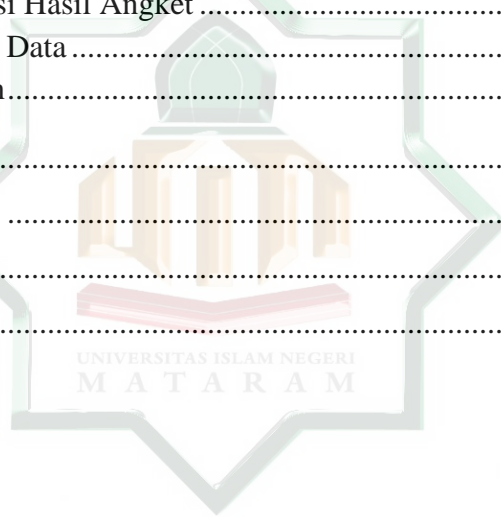
**Andrian Saputra**

**Perpustakaan UIN Mataram**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>ABSTRAK</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	11
A. Kerangka Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	23
C. Kerangka Berpikir .....	26
D. Hipotesis Penelitian .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Pendekatan Penelitian .....	30
C. Populasi dan Sampel .....	30
1. Populasi .....	30

2. Sampel.....	30
D. Teknik Pengumpulan Data.....	32
E. Jenis dan Sumber Data .....	33
F. Analisis Data .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
A. Hasil Penelitian .....	42
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	42
2. Karakteristik Responden .....	45
3. Deskripsi Hasil Angket .....	47
4. Analisis Data .....	60
B. Pembahasan.....	71
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka berpikir ..... 27



Perpustakaan UIN Mataram

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	45
Tabel 4. 2 Usia Responden .....	46
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	47
Tabel 4. 4 indikator strategisnya lokasi .....	48
Tabel 4. 5 indikator kedekatan lokasi dengan nasabah .....	49
Tabel 4. 6 indikator akses menuju lokasi .....	49
Tabel 4. 7 indikator kenyamanan lokasi .....	50
Tabel 4. 8 indikator periklanan .....	51
Tabel 4. 9 promosi secara individu .....	52
Tabel 4. 10 indikator menjaga hubungan .....	53
Tabel 4. 11 indikator saran .....	53
Tabel 4. 12 indikator pelayanan yang cepat dan tanggap .....	54
Tabel 4. 13 indikator perhatian pribadi .....	55
Tabel 4. 14 indikator jaminan .....	56
Tabel 4. 15 indikator pinjaman .....	56
Tabel 4. 16 indikator minat bertransaksi .....	57
Tabel 4. 17 minat bertransaksi .....	58
Tabel 4. 18 minat bertransaksi .....	59
Tabel 4. 19 minat bertransaksi .....	59
Tabel 4. 20 uji validitas .....	61
Tabel 4. 21 uji reliabilitas lokasi .....	62
Tabel 4. 22 uji reliabilitas promosi .....	63
Tabel 4. 23 uji reliabilitas pelayanan .....	63
Tabel 4. 24 uji reliabilitas minat masyarakat .....	64
Tabel 4. 25 uji asumsi klasik .....	64
Tabel 4. 26 Uji Heteroskedestisitas .....	66
Tabel 4. 27 uji multikolonialitas .....	67
Tabel 4. 28 uji T .....	68
Tabel 4. 29 uji F .....	70
Tabel 4. 30 uji R2 .....	71
Tabel 4. 31 uji linear berganda .....	71

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG MINAT MASYARAKAT  
BERTRANSAKSI DI PEGADAIAN SYARIAH  
(STUDI KASUS DI PEGADAIAN SYARIAH CPS PSR RENTENG)**

**Oleh:**  
**Andrian Saputra**  
**NIM 170501230**

**ABSTRAK**

Dengan berkembangnya produk-produk yang berbasis syariah yang semakin menggeliat di Indonesia, maka pegadaianpun ikut mengalaminya. Selain itu, ada pula bank syariah yang menjalankan kegiatan pegadaian syariah sendiri yang dijalankan sesuai dengan syariat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi pada pegadaian Syariah di pegadaian Syariah CPS PSR Renteng. Adapun penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng di Desa Renteng Kecamatan Praya Kabupaten Lombok Tengah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan survey. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diolah dengan SPSS 24. Dan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah, hal ini di buktikan denga nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $3,88 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Promosi tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah, hal ini di buktikan denga nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $4,47 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,23 < 0,05$ . Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah, hal ini di buktikan denga nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $-1,52 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,13 < 0,05$ . Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) bahwa lokasi, Promosi, dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai f hitung sebesar 8,87 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Serta koefesien sebesar 0,217 yang berarti minat nasabah dalam bertransaksi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Lokasi, Promosi, dan Pelayanan sebesar 21,7% sedangkan sisanya yakni 78,3% di pegaruhi oleh variabel yang diluar penelitian ini.

**Kata Kunci:** Faktor-Faktor, Minat Masyarakat, Bertransaksi, dan Pegadaian Syariah

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam kegiatan perekonomian, uang selalu saja dibutuhkan untuk membeli atau membayar sesuatu yang diinginkan. Terkadang yang menjadi masalah kebutuhan yang diinginkan tidak dapat dipenuhi dengan uang yang dimiliki, kalau sudah demikian, mau tidak mau hal yang harus dilakukan adalah mengurangi belanja yang dianggap tidak penting, dan keperluan yang penting terpaksa harus dipenuhi dengan berbagai cara, seperti meminjam dari berbagai sumber dana yang ada, jika dana yang dibutuhkan dalam jumlah besar maka dalam jangka pendek sulit dipenuhi, apalagi jika dipenuhi lewat lembaga perbankan, namun dana yang dibutuhkan relatif kecil tidak masalah, karena banyak sumber dana cepat seperti meminjam ke tetangga, atau saudara atau lembaga keuangan lainnya.

Bagi mereka yang memiliki barang-barang berharga kesulitan dana dapat segera dipenuhi dengan cara menjual barang-barang mereka, sehingga sejumlah uang yang diinginkan dapat terpenuhi, tetapi risikonya adalah barang yang mereka jual akan hilang dan sulit untuk kembali, untuk mengatasi masalah tersebut dimana kebutuhan dana dapat dipenuhi tanpa kehilangan barang-barang, maka masyarakat menjaminkan barang-barangnya ke lembaga tertentu. Barang yang dijaminkan dapat ditebus setelah melunasi pinjamannya dalam jangka waktu tertentu yang disebut dengan nama usaha gadai.

Perum Pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai. Tugas pokok Perum Pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai. Tugas tersebut dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar tidak terjerat dalam praktik-praktik lintah darat.<sup>2</sup>

Dengan berkembangnya produk-produk yang berbasis syariah yang semakin muncul di Indonesia, maka pegadaianpun ikut mengalaminya. Oleh sebab itu Pegadaian syariah hadir di Indonesia dengan melakukan kerja sama bank syariah dengan perum Pegadaian dalam bentuk produk layanan gadai syariah di beberapa kota di Indonesia. Selain itu, ada pula bank syariah yang menjalankan kegiatan pegadaian syariah sendiri. Pegadaian syariah menjalankan operasionalnya sesuai dengan syariat Islam. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak membebankan bunga dalam bentuk riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan memperoleh imbalan atas jasa dan/ atau bagi hasil yang disepakati di awal.

Dengan adanya produk-produk yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama bagi golongan yang menengah ke bawah. Salah satu produk yang dimiliki pegadaian syariah adalah gadai (*rahn*) produk ini merupakan inovasi yang dapat diterima oleh

---

<sup>2</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 388.



Majlis Ulama Indonesia (MUI). Dengan berpegang pada fatwa DSN MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 12 juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dan fatwa DSN MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas.

*Rahn* merupakan produk pegadaian syariah yang berupa pembiayaan dengan cara memberikan utang (*qardh*) kepada nasabah dengan jaminan berupa barang atau emas (perhiasan/logam mulia). Dalam akadnya sendiri pegadaian syariah mengambil upah (*ujroh, fee*) yang telah merawat dan menjaga barang yang digadaikan oleh nasabah berdasarkan akad *Al-Qardu al-Hasan*. Akad *qardh* dan *rahn* adalah akad *tabbaru'* (akad tolong menolong hanya berharap mendapat ridha Allah SWT), sedangkan akad *ijarah* adalah akad *tijarah* (akad komersial bersifat mencari keuntungan).<sup>3</sup>

Setiap lembaga keuangan syariah dalam menerapkan fasilitas pembiayaan tentu memiliki bermacam cara yang berbeda dalam melakukan pelayanan, namun pelayanan yang diberikan oleh bank syariah maupun pegadaian syariah merupakan minat tersendiri bagi masyarakat untuk memilih dimana tempat yang tepat untuk menggadai barang/emasnya, tetapi pegadaian syariah lebih dikenal dan dekat dengan masyarakat dalam hal gadai menggadai terutama emas.

---

<sup>3</sup> Novita Pratiwi, "Multi Akad dan Klausul Akad Dalam Perjajjian Gadai Emas di BRI Syariah di Hubungkan dengan Prinsip Syariah Berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah", (*Skrpsi*, Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung, 2013), hlm. 3.

Prosedur pencairan dana pada pegadaian syariah relative sederhana dan cepat dibandingkan dengan perbankan syariah, selain itu masyarakat juga mendapatkan manfaat dari penaksiran nilai suatu barang bergerak yang profesional. Masyarakatpun mendapatkan fasilitas penitipan barang dengan aman dan dapat dipercaya.

Pegadaian Syariah tersebut salah satunya berada di Kabupaten Lombok Tengah, Kecamatan Praya yang merupakan Cabang. Lokasinya cukup strategis, karena berada di dekat Kota dan pasar yang terbesar di Kota Praya yaitu Pasar Renteng. Keberadaan pegadaian syariah ini dapat membantu masyarakat yang mayoritas umat muslim agar dapat melakukan transaksi gadai tanpa ada unsur riba didalamnya, selain itu dapat pula membantu masyarakat menengah ke bawah, usaha mikro, usaha menengah atau bisa juga dikatakan berasal dari kalangan berpendapatan relatif kecil (berpenghasilan rendah) agar dapat memperoleh dana dengan cepat dan mudah.

Persaingan yang semakin banyak memberikan pilihan yang banyak pula bagi masyarakat dalam memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Perusahaan dalam menawarkan produk faktor harga merupakan faktor utama dari strategi usaha yang paling menentukan konsumen menentukan keputusan pembelian termasuk perusahaan biasa lembaga keuangan syariah faktor harga ini diarahkan kepada biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah seperti biaya administrasi dan biaya sewa atau *ijarah*, biaya administrasi paling penting bagi suatu perusahaan, karena mampu menjalankan kegiatan produksi, pemasaran dan

menggaji karyawannya penetapan biaya sewa atau ijarah yang sesuai dengan harapan konsumen mampu memengaruhi masyarakat atau nasabah untuk memutuskan memilih produk gadai yang tepat, seperti produk *Rahn*.

Perkembangan yang terjadi dalam Pegadaian Syariah tak luput dari adanya faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa gadai di pegadaian. Minat adalah keinginan dalam diri masyarakat dalam menggunakan jasa gadai atau bertransaksi di pegadaian syariah. Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat diantaranya lokasi, pelayanan, promosi, aspek syariah dan biaya transaksi yang ada di pegadaian syariah tersebut.

Adanya promosi yang baik akan memberikan pengetahuan masyarakat mengenai adanya jasa gadai syariah tersebut, terutama dengan proses promosi yang menarik sehingga masyarakat semakin tertarik terhadap jasa gadai syariah tersebut.<sup>4</sup> Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat lebih berminat dalam menggunakan jasa gadai syariah. Pelayanan yang baik dalam menangani keluhan masyarakatpun akan menjadikan faktor yang mendorong minat masyarakat dan akan memberikan tingkat kepuasan.<sup>5</sup> Aspek yang selalu dilandaskan dengan prinsip islam dalam melakukan semua transaksi atau kegiatan bisnis membuat masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam semakin berminat dalam menggunakan jasa gadai tersebut. Di samping itu dengan adanya

---

<sup>4</sup> Arif Yusup Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, (Jakarta: Kencana,2016), hlm. 208.

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 47.

biaya transaksi seperti penerapan segala macam biaya yang ada dalam pegadaian syariah yang tidak terlalu memberatkan masyarakat, maka akan membuat masyarakat tertarik dalam menggunakan jasa tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan Liza Oktaviani (2020) menyimpulkan bahwa masyarakat berminat menggunakan pegadaian syariah karena bisa membantu masyarakat untuk memberikan modal usaha dalam waktu yang cepat, ada pula masyarakat yang kurang tertarik dengan produk-produk yang ditawarkan dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pegadaian syariah.<sup>6</sup> Adapun hasil penelitian yang dilakukan Mukhlis Adib (2014) pendorong minat masyarakat dalam memilih produk Rahn di pegadaian syariah, karena adanya kebutuhan modal usaha dan kebutuhan konsumsi, dalam proses pencairanpun mudah dan tidak memberatkan nasabah. Dengan menunjukkan KTP asli dan barang yang digadaikan dana dapat langsung dicairkan.<sup>7</sup> Kesimpulan pada penelitian Uniyanti (2018) bahwa variabel religiusitas, variabel pendapatan/uang saku dan variabel informasi produk sangat berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menabung di bank syariah.<sup>8</sup>

Penelitian terkait minat masyarakat di pegadaian syariah masih belum banyak dilakukan, terutama di wilayah Lombok, sehingga masih perlu dilakukan

---

<sup>6</sup> Liza OKtaviani, "Minat Masyarakat Dalam Menggunakan pegadaian Syariah", (*skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2020), hlm. 27

<sup>7</sup>Mukhlis Adib, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Memilih produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat", (*Skripsi*, Fakultas syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), hlm. 32.

<sup>8</sup> Uniyanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makasr, 2018), hlm. 35

penelitian terkait beberapa variabel yang mendorong minat masyarakat. Berbagai hasil penelitian yang tidak konsisten, seperti di atas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian yang biasanya sering di bank syariah namun penelitian kali ini dilakukan di pegadaian syariah karna masih sedikit yang menggunakan pegadain syariah, juga karena melihat perkembangannya yang cukup pesat dari tahun ke tahun maka perlu dilakukan penelitian faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi di pegadaian syariah.

Masyarakat di Kabupaten Lombok Tengah memiliki jenis-jenis kebutuhan yang berbeda diantara masyarakat yang lainnya, ada masyarakat yang memiliki kebutuhan yang mendesak dan ada pula yang memiliki kebutuhan yang tidak terdesak terhadap uang oleh karena itu masyarakat yang memiliki kebutuhan yang terdesak membutuhkan uang atau modal untuk segera memenuhi kebutuhannya, tetapi dalam memenuhi kebutuhan yang mempengaruhi nasabah untuk memilih pegadaian syariah dikarenakan kebutuhan nasabah yang mendesak memerlukan pencairan dana yang cepat dan menginginkan transaksi tanpa adanya unsur riba.

Namun kenyataan yang ada di pegadaian syariah yaitu pengetahuan masyarakat tentang keberadaan pegadaian syariah masih sangat minim terutama dalam produk-produk yang ditawarkan, sehingga perlu penyuluhan tentang adanya pegadaian syariah agar masyarakat lebih tertarik terhadap produk yang ditawarkan oleh pegdaian syariah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Masyarakat dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng).

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Batasan masalah ini bertujuan untuk menghindari meluasnya penelitian, dimana masalah yang diangkat dalam penelitian ini difokuskan pada faktor-faktor apa sajakah yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng. ada tiga faktor yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah, namun peneliti hanya mengambil tiga faktor, karena ketiga faktor ini merupakan yang paling cenderung mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng yaitu : lokasi, promosi, dan Pelayanan.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor lokasi secara parsial dapat mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng?
2. Apakah faktor Promosi secara parsial dapat mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng?
3. Apakah faktor Pelayanan secara parsial dapat mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng?

4. Apakah faktor lokasi, Promosi dan Pelayanan dapat mendorong minat masyarakat secara simultan dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi dapat mendorong minat masyarakat bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng
- b. Untuk mengetahui apakah faktor Promosi dapat mendorong minat masyarakat bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.
- c. Untuk mengetahui apakah faktor Pelayanan dapat mendorong minat masyarakat bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.
- d. Untuk mengetahui apakah faktor lokasi, Promosi dan Pelayanan dapat mendorong minat masyarakat secara simultan dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.

### **2. Manfaat penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai salah satu sumber referensi atau dasar untuk melakukan penelitian dengan tema sejenis pada masa

yang akan datang dan memberikan informasi tentang faktor yang mendorong masyarakat dalam menggunakan pegadaian syariah.

b. Secara praktis

1) Bagi pihak pegadaian syariah

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan bagi pihak pegadaian syariah untuk melakukan evaluasi guna memperbaiki sistem dan oprasional yang ada di pegadaian syariah tersebut agar dapat meningkatkan minat masyarakat. Selain itu diharapkan pegadaian syariah dapat memperhatikan beberapa faktor yang meningkatkan minat nasabah dalam bertransaksi.

2) Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat untuk bertransaksi di pegadaian syariah. Penelitian ini juga sebagai rujukan penelitian lain di bidang studi ekonomi syariah pada khususnya dan mahasiswa dapat menambah wawasan tentang lembaga keuangan syariah.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kerangka Teori**

Teori memberikan penjelasan mengenai definisi atau makna sebuah konsep atau variabel. Definisi konsep bermanfaat untuk membatasi studi yang dilakukan serta memberikan informasi bagi orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian kita, sehingga dapat melakukan studi lanjutan. Dalam penelitian kuantitatif, berbagai teori digunakan untuk menjawab berbagai pertanyaan di rumusan masalah. Peneliti menggunakan teori secara deduktif dan melakukannya pada bab kajian pustaka dalam proposal skripsi, tesis, dan disertasi. Sedangkan dalam penelitian kualitatif penggunaan teori lebih bervariasi. Peneliti yang menggunakan penelitian kualitatif dapat mengembangkan suatu teori dari hasil penelitiannya dan meletakkan teori pada bab pembahasan penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif teori juga bisa muncul di bab pendahuluan sebagai perspektif yang nantinya dapat membentuk apa yang dilihat dari rumusan masalah yang telah diajukan.

faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah, diantaranya yaitu: pengaruh lokasi, pengaruh religiulitas,

pengaruh promosi, pengaruh pelayanan, pengaruh produk dan pengaruh biaya administrasi.<sup>9</sup>

## 1. Lokasi

### a. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang bisa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang bisa berkunjung dan berbelanja, tempat itu berupa daerah, pertokoan atau suatu stand atau counter baik didalam atau diluar gedung. Seleksi lokasi untuk untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat dengan bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu dekat dengan pelanggan.<sup>10</sup>

### b. Indikator penelitian

Menurut Buchari Alma, indikator yang digunakan pada variabel lokasi ini adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Ayu Lestari, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berbelanja Di pasar Tradisional", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2021), hlm. 12.

<sup>10</sup> Chomas Gary Ganda Tua Sibarani dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Yayasan Kita Menuis, 2019), hlm. 42.

<sup>11</sup> Arfa Wibawa Makna Hayat, "Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Distro Ouval Research Di Buah Batubatu Bandung", *Jurnal Ekobis Dewantara*, Vol. 1 No. 3 Maret 2018, (Universitas Sarjanawiyata taman Siswa, 2018).

- 1) Kedekatan lokasi
- 2) Keterjangkaun lokasi
- 3) Kelancaran akses menuju lokasi.

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah untuk menarik minat permintaan atas suatu produk atau jasa.<sup>12</sup> Sedangkan menurut Rambat promosi merupakan strategi yang dilakukan kepada nasabah untuk menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan sehingga nasabah mendapat informasi yang jelas mengenai produk yang ditawarkan.<sup>13</sup> Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan kegiatan memperkenalkan serta menginformasikan manfaat dan keunggulan dari sebuah produk dan jasa kepada masyarakat guna mendorong minat masyarakat menggunakan produk tersebut.

### b. Tujuan Promosi

Tujuan utama promosi adalah mrnginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan produk pemasarannya. Dalam praktiknya promosi dapat dilakukan berdasarkan pada tujuan-tujuan sebagai berikut :<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 264.

<sup>13</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 70.

<sup>14</sup> Basu Swastha dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Moderen*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005), hlm. 349.

1) Modifikasi Tingkah Laku

Dalam hal ini promosi berusaha mengubah dan memperkuat tingkah laku dan pendapatan yang ada

2) Memberitahu

Kegiatan promosi juga ditujukan untuk memberitahu pasar tentang penawaran perusahaan. Promosi sangatlah penting karena dapat membantu dalam pengambilan keputusan untuk menggunakan produk.

3) Membujuk

Promosi yang bersifat membujuk diarahkan untuk mendorong pembelian. Dalam hal ini perusahaan tidak perlu tanggapan yang cepat akan tetapi lebih mengutamakan kesan positif. Hal ini bertujuan agar member pengaruh dalam waktu lama terhadap konsumen.

4) Mengingat

Tujuan promosi dilakukan untuk mempertahankan merek produk yang ditawarkan agar tetap berkesan dihati masyarakat. Ini berarti perusahaan berusaha untuk mempertahankan konsumen yang ada.

c. Dimensi Promosi

Secara garis besar cara melakukan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, adapun cara melakukan promosi adalah sebagai berikut :

1) *Advertising* (Periklanan)

yaitu suatu kegiatan penawaran kepada suatu kelompok masyarakat baik secara lisan maupun berita terkait suatu produk dan jasa yang ditawarkan.

2) *Public Relation and Publicity* (Hubungan Masyarakat dan publisitas)

Terkait dengan sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi/perusahaan yang disebarluaskan kemasyarakat yaitu dengan cara membuat berita atau dengan cara lain yang bersifat positif.

3) *Personal Selling* (Penjualan Perorangan)

Yaitu komunikasi persuasiv seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih, tujuan menimbulkan permintaan dari calon pembeli.<sup>15</sup>

### 3. Pelayanan

a. Pengertian pelayanan

Secara etimologis, Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat terwujud dan tidak dapat

---

<sup>15</sup> Mursid, M, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1997), hlm. 96.

dimiliki.<sup>16</sup> Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

b. Dimensi kualitas pelayanan

Tjiptono mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan (sesuai urutan derajat kepentingan relatifnya) yaitu :<sup>17</sup>

1) Keandalan dan Daya Tanggap

Keandalan merupakan keandalan memberikan layanan dengan segera, akurat dan memuaskan artinya para karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.

Daya tanggap yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan.

2) Jaminan

Jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat di percaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguan. Yaitu mengenai pengetahuan baik dari karyawan dalam mengenai pertanyaan atau keluhan dari pelanggan.

---

<sup>16</sup>Indra kanedi, "Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu", *Jurnal Pseudocude* Vol. 4 No. 1 Februari 2018, (Universitas Dehasen Bengkulu, 2018).

<sup>17</sup> Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016, (Universitas Telkom, 2016).

### 3) Perhatian

Perhatian meliputi kemeudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman alas kebutuhan individual para pelanggan, yaitu sikap karyawan yang menunjukkan perhatian yang tulus dalam melayani pelanggan.

### 4) Bukti Fisik

Tampilan fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

## 4. Minat Bertransaksi

### a. Pengertian Minat

Minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan suatu hubungan pada diri kita sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri, karena semakin kuat dan dekatnya hubungan tersebut, semakin besar pula minat. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan terhadap sesuatu perhatian dan keinginan.<sup>18</sup>

Minat adalah kecenderungan memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diamati secara terus menerus yang disertai dengan rasa senang. Jadi berbeda dengan perhatian, karena perhatian sifatnya sementara (tidak dalam waktu yang lama) dan belum

---

<sup>18</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 157.

tentu disertai dengan rasa senang.<sup>19</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa minat adalah ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi orang tersebut, dan mempunyai hubungan erat dengan dorongan dalam diri yang kemudian menimbulkan keinginan untuk berpartisipasi pada suatu yang diminatinya.

#### b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dikelompokkan menjadi 2 diantaranya adalah :

1. Dalam diri individu yang bersangkutan (misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu dan kepribadian.
2. Berasal dari luar yang mencakup lingkungan keluarga, sekolah, masyarakat.

Crow dan Crow berpendapat ada tiga factor yang menjadi timbulnya minat yaitu: dorongan dari dalam individu, motif sosial dan factor emosional.<sup>20</sup>

#### c. Indikator-indikator Minat

Minat nasabah dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut :<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2008), hlm. 121.

<sup>20</sup> Rizky Marstianti, "Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Bertransaksi Masyarakat Non Muslim di Bank Syariah", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Raden Fatah Lampung, 2017), hlm. 37.

<sup>21</sup> Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hlm. 129.



1. Minat transaksional, yaitu minat kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat refrensial, yaitu kecendrungan seseorang untuk mereferesikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu menggambarkan prilaku seseorang yang memiliki preferensi pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan prilaku seseorang yang selalu mencari informasi tentang produk yang diminatinya dan mendukung sifat-sifat positif pada produk tersebut.

## 5. Pegadaian Syariah

### a. Pengertian pegadaian syariah

Dalam istilah fikih pegadaian syariah sering disebut dengan *rahn*.

*Rahn* adalah penyerahan barang atau harta milik seseorang sebagai jaminan atas barang yang dipinjamnya.<sup>22</sup>

Adapun definisi rahn menurut para ulama fikih diantaranya sebagai berikut:<sup>23</sup>

- 1) Menurut syafi'iyah mengartikan rahn adalah menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, jika orang berutang tidak sanggup membyarnya.

---

<sup>22</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015), hlm. 171.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 172.

- 2) Menurut Hanabillah, rahn adalah benda yang dijadikan utang, untuk dipenuhi harganya, bila yang berutang tidak bisa membayar utangnya.
- 3) Menurut malikiyah, rahn merupakan suatu harta yang bernilai yang diambil pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tepat.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan gadai (*rahn*) adalah suatu hak untuk menahan barang jaminan orang yang berhutang yang memiliki nilai ekonomis yang dijadikan sebagai barang jaminan dari pinjamannya, sehingga apabila yang berhutang tidak dapat membayar hutangnya maka barang jaminannya dapat diambil sebagian atau seluruhnya sebagai mengganti utangnya.

b. Dasar hukum rahn (gadai)

Hukum gadai adalah mubah berdasarkan dalil dari Al-Qur'an dalam surat al-Baqarah (2): 283:<sup>24</sup>

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُنُمُوا الشَّاهِدَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آتِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Jika kamu dalam perjalanan (dan berumalah dengan tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercainya itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu

<sup>24</sup> QS al-Baqarah [2]:283.

(para saksi) menyembunyikan peraksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>25</sup>

Dasar Hukum *rahn* (gadai) berdasarkan hadist yang bersumber dari Aisyah.

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا: «أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ، وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ

“Dari Aisyah RA, bahwasanya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dari seorang yahudi secara tempo dan beliau menggadaikan baju besinya kepada orang yahudi.” (HR. bukhari).

Dasar hukum *rahn* (gadai) berdasarkan Ijma:

Gadai diperbolehkan secara syariat ketika bepergian (sapar) dan tidak bepergian kecuali mujahid yang berpendapat gadai hanya bisa dilakukan saat bepergian, seperti ayat di atas tersebut sesuai dengan kesepakatan kaum muslim, tetapi pendapat tersebut dibantah oleh argumentasi hadist di atas. Di samping itu, penyebutan safar (berpergian) dari ayat tersebut adalah umum (kebiasaan).<sup>26</sup>

### c. Rukun dan Syarat pegadaian syariah

#### 1) Rukun gadai syariah

- a) *Rahn* (gadai) adalah orang yang menggadaikan atau orang yang memberikan jaminan.

<sup>25</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2006), hlm. 60.

<sup>26</sup> Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 174.

- b) *Al-murtahin* adalah seseorang yang menerima barang yang dijaminkan atau seseorang yang memberikan piutang.
- c) *Marhun* (adanya jaminan) yaitu berupa barang atau harta.
- d) *Marhun bih* (adanya utang)
- e) *Shighat* (ijab qabul) yaitu kesepakatan antara kedua belah pihak dalam melakukan transaksi gadai.

## 2) Syarat gadai syariah

Menurut prof. Dr. Rahmat Syafe'i ada beberapa syarat gadai sebagai berikut :

### a) Persyaratan aqid

Orang yang akan melakukan akad harus memenuhi kriteria al-ahliyah, yaitu orang yang sah untuk melakukan jual beli, yakni orang yang berakal dan mumayiz.

### b) Syarat shighat

- (1) Shighat dalam gadai tidak boleh memakai syarat dan juga terikat dengan suatu waktu di masa depan
- (2) Rhan memiliki sisi pelepasan barang dan pemberian utang sama halnya akad jual beli. seperti terikat dengan syarat tertentu atau suatu waktu dimasa depan.

## c) Syarat mahrun

Adapun syarat mahrun yaitu :

- (1) Dapat dijualbelikan
- (2) Bermanfaat
- (3) Jelas
- (4) Milik rahin
- (5) Bisa diserahkan
- (6) Tidak bersatu dengan harta yang lain
- (7) Dipegang dan dikuasai oleh rahin
- (8) Harta yang tetap atau dapat dipindahkan

## d) Syarat murtahin bih

Adapun syarat menurut murtahin bih yaitu:

- (1) Marhun bih hendaknya barang yang wajib diserahkan.
- (2) Mahrun bih memungkinkan dapat dibayarkan.
- (3) Hak atas mahrun bih harus jelas.

Adapun menurut ulama hanbilah dan syafi'iyah, syarat marhun bih, yaitu:

- (1) Berupa utang tetap dan bermanfaat
- (2) Utang harus lazim pada waktu akad
- (3) Utang harus jelas dan diketahui oleh rahin dan murtahin.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini, maka penulis akan menguraikan beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai panduan yang terkait masalah faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat untuk bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng antara lain :

1. Siti Hadijah dengan jurnalnya berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar” tahun 2015 penelitian ini memfokuskan untuk meneliti faktor dominan yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan jasa Pegdaian Syariah. Sedangkan untuk metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode kuantitatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dalam penenlitan ini menghitung dan melihat jumlah faktor yang menyebabkan masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>27</sup>
2. M. Rizuan Arsyad dengan skripsi “Persepsi Masyarakat Terhadap Semboyan Pegadaian Syariah Mengatasi Masalah Tanpa Masalah Dalam Menarik Minat Gadai Masyarakat Desa Sepit, KEC. Keruak, KAB. Lombok Timur” tahun 2020 penelitian ini memfokuskan untuk meneliti tentang dampak semboyan pegadaian syariah terhadap minat gadai masyarakat desa sepit dan persepsi masyarakat terhadap semboyan tersebut. Metode yang digunakan dalam

---

<sup>27</sup> Siti Hadijah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar”. *Jurnal.Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, Vol.1 No.1 Tahun 2015.

penelitian ini yakni kuantitatif. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti tentang minat masyarakat sedangkan perbedaannya penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif.<sup>28</sup>

3. Muhammad Syaifudin dengan jurnal “ Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan” tahun 2016 penelitian ini memfokuskan untuk meneliti dominan menguji faktor budaya, sosial, kepribadian terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dalam penelitian ini adalah menghitung dan melihat jumlah faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>29</sup>
4. Umu Rosyidah dengan jurnal “ Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Pada Pegadaian Syariah Lombok “ tahun 2014 dalam penelitian ini berkesimpulan terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam melakukan investasi emas yakni faktor peluang keuntungan, dan faktor-faktor pengalaman positif dalam bertransaksi emas. Perbedaan antara penelitian ini adalah dimana penelitian umu rosyidah meneliti tentang minat masyarakat berinvestasi emas pada pegadaian syariah Lombok, sedangkan pada penelitian

---

<sup>28</sup> M. Rizuan Arsyad, “Persepsi Masyarakat Terhadap Semboyan Pegadaian Syariah Mengatasi Masalah Tanpa Masalah Dalam Menarik Minat Gadai Masyarakat Desa Sepit, Kec. Keruak, Kab. Lombok Timur”, (*skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2020).

<sup>29</sup> Muhammad Syaifudin, “Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan”, *jurnal Ekonomi Syariah* Vol.4 No. 2 Tahun 2016.

ini meneliti tentang faktor-faktor apa saja yang mendorong minat masyarakat bertransaksi di pegadaian syariah.<sup>30</sup>

5. Melen Sterendisa dengan skripsi “faktor-faktor Yang Mempengaruhi minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) Di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang” hasil dari penelitian menunjukkan faktor-faktor mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai yaitu: faktor psikologis, faktor sosial, faktor ekonomi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang minat nasabah.<sup>31</sup>

### C. Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen dan satu variabel dependen. Adapun variabel independe X dalam penelitian ini yaitu faktor-faktor yang mendorong minat masyarakat. Yang terdiri dari 3 tipe, yaitu Lokasi X1, Promosi X2, dan Pelayanan X3. Sedangkan variabel dependen Y dalam penelitian ini adalah minat masyarakat.

Adapun konseptual pada penelitian ini dapat dijabarkan melalui kerangka pemikiran teoritis pada gambar dibawah ini.

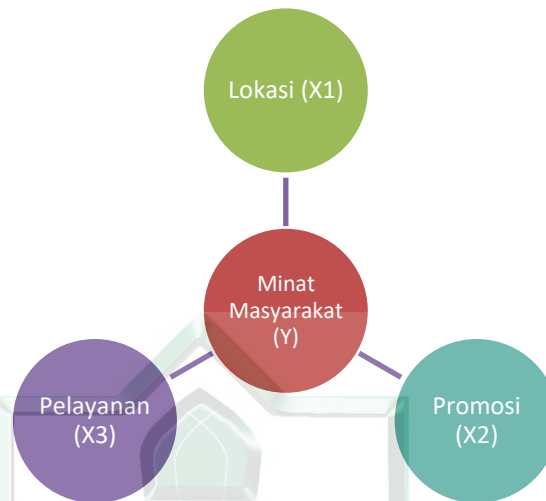
---

<sup>30</sup> Umu Rosyidah, “Minat Masyarakat Berinvestasi Emas pada Pegadaian Syariah Lombok”, *jurnal Penelitian Keislaman* Vol. 10 No. 1 tahun 2014.

<sup>31</sup> Melen Sterendisa “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (Rahn) Di PT. Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang”, (*skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Patah Palembang, 2017).



**Gambar 1. 1 Kerangka berpikir**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terkait rumusan masalah penelitian, hipotesis dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan berdasarkan pada teori.<sup>32</sup>

Sugiyono juga menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat Tanya.<sup>33</sup>

Dari hasil teoritik dan rumusan kerangka konseptual penelitian, yang sebagaimana telah dipaparkan diatas, maka hepotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha1 : Diduga lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabet, 2014), hlm. 132.

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 134.

Ha2 : Diduga promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.

Ha3 : Diduga pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.

Ha4 : Diduga lokasi, promosi, pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian syariah.



Perpustakaan UIN Mataram

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan suatu bentuk pemikiran yang digunakan dalam sebuah penelitian maupun penilaian, dan merupakan suatu cara yang umum bagi ilmu pengetahuan dan cara tertentu untuk melaksanakan suatu prosedur.

Jadi, metodologi penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu pembahasan yang digunakan seorang peneliti dalam mengklasifikasikan, mengelola dan menganalisis data untuk menjawab permasalahan serta untuk mendapatkan hakikat masalah tersebut. Berikut adalah uraian mengenai metodologi penelitian.

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti disini yaitu penelitian survey. Penelitian survey merupakan tata cara dalam penelitian, dimana peneliti melakukan survey atau memberikan angket kepada responden atau skala pada satu sampel untuk menggambarkan sikap, opini, atau karakteristik dari pada responden.<sup>34</sup> Tujuannya disini yaitu untuk mempersentasikan hasil faktor-faktor apa saja yang mendorong minat masyarakat bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng.

---

<sup>34</sup> Asmandi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 20.

## B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistic atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran).<sup>35</sup>

Pendekatan ini dipilih untuk mengukur faktor yang paling dominan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS PSR Renteng.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng yaitu berjumlah 12.264 nasabah.<sup>36</sup>

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk perhitungan ukuran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin dimana rumus ini digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya.

---

<sup>35</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), hlm. 12.

<sup>36</sup> Dokumentasi, Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, 24 september 2021. 09:00 WITA.

Rumus slovin

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

keterangan :

N : ukuran populasi

n : ukuran sampel

e : perkiraan tingkat kesalahan (10%)

Merujuk pada rumus diatas, penentuan jumlah sampel dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$n = \frac{12.264}{1+12.264 \times 0,10^2} = \frac{12.264}{1+12.264 \times 0,01} = \frac{12.264}{1+122,64} = \frac{12.264}{123,64} = 99,1912003 \text{ (dibulatkan menjadi 100).}$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sebesar 100 responden dari 12.264 populasi nasabah yang bertransaksi di pegadaian syariah CPS PSR Renteng.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 85.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah teknik atau cara yang dilakukan oleh peneliti untuk dapat mengumpulkan data yang terkait dengan permasalahan yang sedang diteliti.<sup>38</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berfokus pada teknik wawancara yang dibantu dengan observasi dan dokumentasi, adapun penjelasan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

### 1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang akan diukur. Dengan kuisioner ini dapat diketahui tentang data diri, pengalaman, sikap, dan pendapatannya.<sup>39</sup> Anket dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dilirim melalui POS atau internet.

Prinsip penulisan angket menyangkut beberapa faktor yaitu isi dan tujuan pertanyaan, bahasa yang digunakan mudah, pertanyaan tertutup-terbuka, negative-positif, pertanyaan tidak mendua, tidak menanyakan hal-hal yang sudah lupa, pertanyaan tidak mengarahkan, panjang pertanyaan, dan urutan pertanyaan.<sup>40</sup>

---

<sup>38</sup> A. Muri Yusuf, *Metodelogi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2014), hlm. 150.

<sup>39</sup> Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 84.

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 142.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara memperoleh data secara langsung dari lokasi penelitian seperti foto, video, arsip, artikel, jurnal dan sebagainya.<sup>41</sup> Dalam penelitian ini, peneliti akan membuat dokumentasi dalam bentuk foto dan video terutama pada saat memasuki lapangan dan akan menanyakan dan meminta salinan dokumen atau arsip yang relevan terhadap penelitian ini selama mendapat izin dari pihak yang bersangkutan.

## E. Jenis dan Sumber Data

### 1. Jenis Data

Jenis data berdasarkan sifatnya dapat dibedakan menjadi 2 yakni data kuantitatif dan data kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kuantitatif. Data Kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan numeric yang digunakan untuk membantu peneliti memecahkan masalah yang dihadapi. Sumber data kuantitatif dalam penelitian ini adalah data wawancara (questioner) yang kemudian diolah melalui aplikasi SPSS dan eviews. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data kuantitatif dengan menghitung jumlah masyarakat yang menjadi nasabah di pegadaian syariah cabang praya berdasarkan faktor-faktor yang telah tersedia.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, hlm. 90.

<sup>42</sup> Syofian Siregar, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 16-17.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data Primer yakni data yang bersumber dari objek yang sedang diteliti dan bersipat asli. Data ini dikumpulkan dan disusun oleh peneliti berdasarkan pengumpulan data yang telah dilakukan dengan tujuan sebagai solusi untuk memecahkan masalah yang diteliti.<sup>43</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tergolong dalam nasabah pegadaian syariah cabang praya.

### b. Data Sekunder

Data Sekunder yakni data yang telah dikumpulkan dengan tujuan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Biasanya sumber data ini lebih banyak sudah diolah sedemikian rupa sehingga siap digunakan.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data sekunder dari dokumen artikel jurnal arsip dan data-data dari penelitian sebelumnya.

## F. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting

---

<sup>43</sup> Sugiyono *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabet, 2009), hlm. 137.

<sup>44</sup> Daniel Moehar *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), hlm. 31.



dan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.<sup>45</sup>

Berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan analisis sebagai berikut.

#### 1. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

##### a. Uji validitas

Uji Validitas adalah prosedur pengujian untuk mengetahui apakah instrument dapat mengukur dengan tepat atau tidaknya. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data itu valid. Valid disini artinya instrumen tersebut dapat digunakan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang diukur. Jika hasil  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  tabel, dimana  $df=n-2$  dengan sig 5%. Jika  $r$  tabel <  $r$  hitung maka data valid.

Untuk uji coba validitas instrument harga  $X_1$ , kelengkapan produk  $X_2$ , lokasi  $X_3$ , dianalisis dengan rumus korelasi product moment dari Karl Pearson sebagai berikut.

---

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 244.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = Jumlah sampel

$\sum x$  = Jumlah skor x

$\sum y$  = Jumlah skor y

$Xy$  = Skor rata-rata dari x dan y.

b. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah suatu alat yang digunakan peneliti untuk mengukur sejauh mana tingkat dari kepercayaan atau kehandalan kuesioner instrumen. Pada penelitian kuantitatif, suatu data dapat dikatakan reliabel atau handal apabila dua atau lebih penelitian pada tempat yang sama mendapatkan data yang sama.<sup>46</sup>

Pada penelitian ini pengujian realibilitas akan menggunakan rumus Alfa dari Cronbach, yaitu sebagai berikut :<sup>47</sup>

$$r_u = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right)$$

$$\text{Dimana Rumus } \sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

<sup>46</sup> Eli Miswati, "Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam", (*Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016).

<sup>47</sup> Dadi Ahmad Roswandi dkk, *Menguji Komitmen Penyuluh KB*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2021), hlm. 54.

Keterangan:

$r$  = realibilitas instrument

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = jumlah butir pertanyaan

$\sigma$  = variabel total

Pada pengnujian ini, dikatakan variabel atau handal apabila harga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan dikatakan tidak reliabel atau handal apabil  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier. Pada uji asumsi klasik ini ada 4 pengujian yang sering digunakan diantaranya adalah :

### a. Uji Normalitas

Adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah variabel pengganggu yang mempunyai distribusi normal dalam model regresi. Uji normalitas juga dilakukan untuk mngetahui apakah data yang diperoleh berasal dari populasi atau berdistribusi normal atau tidak.

Pada pengujian ini normalitas dapan menggunakan uji *Kolmogrow Smirnov* satu arah. Perolehan kesimpulan guna menentukan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika nilai signifikannya  $< 0,05$  maka variabel tidak

berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika nilai signifikannya  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonialitas

Merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya variabel independen dalam suatu model. Kemiripan pada variabel independen akan berakibat pada korelasi yang sangat kuat. Uji multikolonialitas juga berfungsi untuk menghindari kebiasaan pada tahap pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang diperoleh 1-10 maka tidak terjadi multikolonialitas begitupun sebaliknya jika VIF yang diperoleh  $>10$  maka terjadi multikolonialitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Merupakan bagian dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Cara mengetahui apakah ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi, dapat dilihat melalui pola gambar *scatterplot* pada regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik pada data menyebar diatas dan dibawah atau pada sekitar angka 0, titik-titik pada data tidak berkumpul namun hanya diatas dan dibawah saja, penyebaran pada titik-titik pada data tidak boleh berbentuk pola

bergelombang melebar kemudian menyempit dan kembali melebar, penyebaran titik-titik menjadi tidak berpola.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji T (Uji Parsial)

Merupakan uji statistik t yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Jika nilai pada signifikan  $t_{hitung} < 0,05$  maka secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### b. Uji (Uji Simultan)

Merupakan uji statistik f yang digunakan untuk mengukur bagaimana pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan menggunakan nilai probabilitas (sig). jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen.

#### c. $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Pada regresi linear koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependen. Pada *output* SPSS.

Koefisien determinan terdapat pada tabel Model Summary yang ditulis R Square. Tetapi untuk regresi linier berganda, sebaiknya menggunakan R Squarre yang telah disesuaikan (Adjusted R Square) karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang akan digunakan dalam penelitian. Jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) lebih kecil itu artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasinya dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependennya.<sup>48</sup>

#### 4. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan regresi yang mempunyai satu variabel terikat dan memiliki dua atau lebih variabel bebas. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:<sup>49</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2 + b_3X_3 + ei$$

Keterangan

- Y = Variabel dependen
- a = Harga konstanta
- b<sub>1</sub> = Koefisien regresi pertama
- b<sub>2</sub> = Koefisien regresi kedua
- b<sub>3</sub> = Koefisien regresi ketiga

<sup>48</sup> Slamet Riyanto, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 141.

<sup>49</sup> Sugiyono, *Metode Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: PT Alfabet, 2016), hlm. 192.

$X_1$  = Variabel independean pertama

$X_2$  = Variabel independean kedua

$X_3$  = Variabel independean ketiga

$e_i$  = Standar eror



Perpustakaan UIN Mataram

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

###### **a. Sejarah Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng**

Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di Bulan Januari 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di Tahun yang sama hingga September 2003. Masih di Tahun yang sama pula, empat kantor cabang Pegadaian Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.

Pegadaian Lombok Tengah sendiri secara resmi dibuka pada Tanggal 12 Juni 2007 oleh Asisten Pemkab Lombok Tengah. Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Lombok Tengah berada di bawah naungan Kanwilut VIII Perum Pegadaian Denpasar sebagai mana cabang-cabang perum pegadaian lainnya yang ada di Nusa Tenggara Barat. Dibukanya pegadaian syariah cabang Praya merupakan salah satu strategi pengembangan usaha atau diversifikasi perusahaan dalam rangka menangkap peluang dan sekaligus meperluas penjangkauan. Apabila dilihat dari kondisi dari masyarakat yang mayoritas Muslim maka perusahaan yakni bahwa CPS Pasar Renteng akan berkembang sebagaimana yang



diharapkan dan mampu melayani kebutuhan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi baik rumah tangga, pendidikan, maupun usaha tanpa ada kerugian lagi.

Awal dibukanya CPS Pasar Renteng, hanya terdiri dari 1 peminan cabang dan 1 tenanga penaksir. Seiring dengan berjalannya waktu, CPS Pasar Renteng menunjukkan perkembangan yang signifikan. Sejalan dengan program perluasan jangkauan pelayanan dengan membuka outlet-outlet di lokasi-lokasi yang strategis dan potensial maka CPS Pasar Renteng kemudian membuka 7 unit pelayanan cabang syariah yang masing-masing adalah UPCS Pringgarata, UPCS Barang Bedil di Kediri, UPCS Bonder, UPCS Gajah Mada (komplek pertokoan praya), UPCS Ungga, UPCS Bonter (depan RSU Praya), dan UPCS Kopang Rembige.

#### **b. Visi dan Misi Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng**

##### **a. Visi**

Pegadaian syariah merupakan suatu perusahaan pembiayaan dan jasa yang berbasis sistem syariah. Memiliki visi yaitu sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fudisia (kepercayaan) selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

##### **b. Misi**

Sedangkan misi pegadaian syariah CPS Pasar Renteng diantaranya sebagai berikut:

1. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
2. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kepercayaan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan masyarakat.
3. Membantu pemerintah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka opimalisasi sumberdaya perusahaan.<sup>50</sup>

#### **c. Letak Geografis Lembaga**

Cabang Pegadaian Syariah (CPS) Pasar Renteng berlokasi dikomplek pertokoan Pasar Renteng yang merupakan pasar induk terbesar di kota Praya. Jarak yang ditempuh dari pusat kota praya ke CPS PSR Renteng kurang lebih 2 km. secara spesifik CPS PSR Renteng terletak pada deretan utara pertokoan Renteng

Adapun batas-batasannya sebagai berikut:

- Sebelah timur : Pusat Perbelanjaan Pasar Renteng
- Sebelah utara : Toko Bangunan
- Sebelah Barat : Toko Kayu

---

<sup>50</sup> Dokumentasi, Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, 24 september 2021. 09:00 WITA.

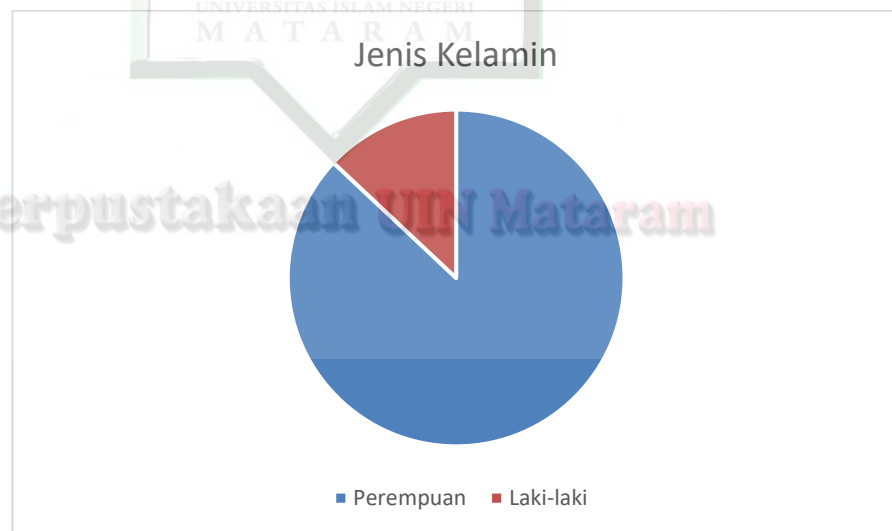
Sebelah Selatan : Jl. Pahlawan, Praya, Lombok Tengah, Pasar  
Renteng

## 2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dari penelitian ini yaitu masyarakat yang bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng. Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini adalah terdapat identitas respon meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan dari masing-masing responden tersebut. Hasil analisis dari ketiga hal tersebut telah disajikan dalam bentuk diagram di bawah ini.

### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden**

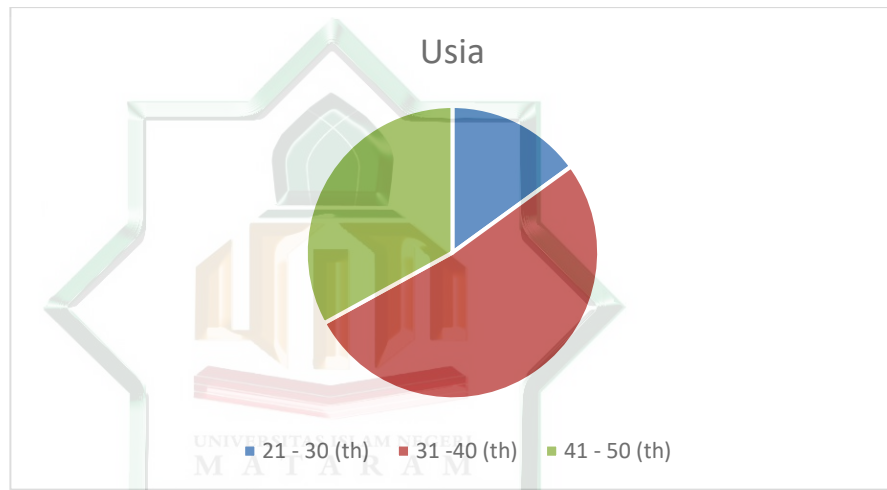


Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan responden yakni sebanyak 100 responden, terdapat 87 responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase 87% dan sebanyak 13 responden berjenis

kelamin laki-laki dengan persentase 13%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh nasabah berjenis kelamin perempuan.

b. Usia Responden

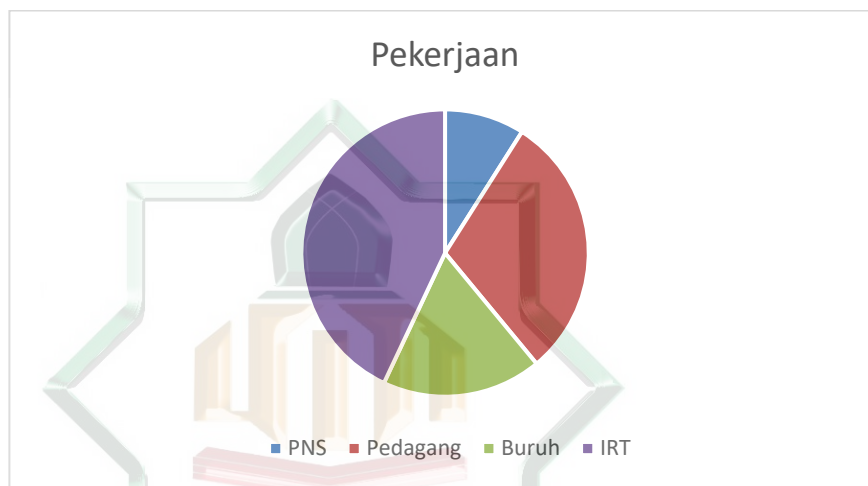
**Tabel 4. 2 Usia Responden**



Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan responden yakni sebanyak 100 responden, terdapat 52 responden yang berusia 31 – 40 tahun dengan persentase 52%, dan 33 responden yang berusia 41 – 50 tahun, serta 15 responden yang berusia 21 – 30 tahun dengan persentase 15%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 31 – 40 tahun.

### c. Pekerjaan Responden

**Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden**



Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan responden yakni sebanyak 100 responden diperoleh sebanyak 43 responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan persentase 43%, sebanyak 30 responden yang berprofesi sebagai pedagang dengan persentase 30%, sebanyak 18 responden yang berprofesi sebagai buruh dengan persentase 18%, dan sebanyak 9 responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil dengan persentase 9%.

## 2. Deskripsi Hasil Angket

Deskripsi hasil angket adalah deskripsi yang menggambarkan penilaian dari setiap responden terhadap variabel lokasi, promosi dan pelayanan yang ada di dalam penelitian ini, dimana pengukuran kuesionernya skala likert

dengan kriteria sangat setuju memiliki nilai 5, setuju memiliki nilai 4, netral memiliki nilai 3, tidak setuju memiliki nilai 2, dan sangat tidak setuju memiliki nilai 1.

Berikut ini merupakan hasil data dari kuesioner penelitian.

a. Variabel Lokasi

- 1) Lokasi kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng terbilang strategis dan mudah untuk ditemukan.

**Tabel 4. 4 indikator strategisnya lokasi**

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	N	36	36.0	36.0	43.0
	S	48	48.0	48.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa sebanyak 48 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase sebesar 48%. Sebanyak 9 responden yang menyatakan sangat setuju pada pernyataan ini dengan persentase 9%. Adapun 36 responden juga menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 36%. Dan 7 responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 7%.

- 2) Lokasi kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng dekat dengan tempat tinggal nasabah.

**Tabel 4. 5 indikator kedekatan lokasi dengan nasabah**

<b>X1.2</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	27	27.0	27.0	28.0
	S	58	58.0	58.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 14 responden dengan persentase 14% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 58 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 58%. Sebanyak 27 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 27%. Dan 1 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 1%.

- 3) Lokasi menuju kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memiliki kelancaran akses berkendara tanpa melalui kemacetan.

**Tabel 4. 6 indikator akses menuju lokasi**

<b>X1.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	32	32.0	32.0	37.0

	S	50	50.0	50.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 50 responden menyatakan setuju pada pernyataan ini dengan persentase sebesar 50%. Sebanyak 13 responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 13%. Namun ada 32 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 32%. Kemudian sebanyak 4 responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 4% sedangkan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase sebesar 1%.

- 4) Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng berada di tempat lingkungan yang nyaman.

Tabel 4. 7 indikator kenyamanan lokasi

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	N	26	26.0	26.0	28.0
	S	57	57.0	57.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 15 responden yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase



sebesar 15% sedangkan 57 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 57%. Sebanyak 26 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 26% dan 2 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 2%.

b. Variabel Promosi

- 1) Dengan periklanan secara lisan/poster/brosur, promosi yang dilakukan Pegadaian CPS Pasar Renteng menjadi lebih mudah dan lebih cepat tersebar luas ke masyarakat.

**Tabel 4. 8 indikator periklanan**

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	N	13	13.0	13.0	18.0
	S	55	55.0	55.0	73.0
	SS	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 27 responden dengan persentase 27% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 55 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 55%. Sebanyak 13 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 13%. 3 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 3%. Dan ada juga yang

sangat tidak setuju dengan pernyataan ini yaitu 2 responden dengan persentase 2%.

- 2) Promosi yang dilakukan secara individu/perorangan membuat masyarakat menjadi lebih cepat paham dan mengerti akan produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.

**Tabel 4. 9 promosi secara individu**

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	32	32.0	32.0	37.0
	S	50	50.0	50.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 13 responden dengan persentase 13% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 50 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 50%. Sebanyak 32 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 32%. 4 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 4%. Dan ada juga yang sangat tidak setuju dengan pernyataan ini yaitu 1 responden dengan persentase 1%

- 3) Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng menjaga hubungan baiknya dengan nasabah dan memberikan pelayanan yang menyenangkan

agar nasabah yang pernah bertransaksi dahulu, kembali melakukan transaksi di kemudian hari.

**Tabel 4. 10 indikator menjaga hubungan**

<b>X2.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	13	13.0	13.0	14.0
	S	62	62.0	62.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 24 responden yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase sebesar 24% sedangkan 62 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 62%. Sebanyak 13 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 13% dan 1% responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 1%.

- 4) Saran dari teman, keluarga, saudara dan sebagainya menarik minat saya bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.

**Tabel 4. 11 indikator saran**

<b>X2.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	19	19.0	19.0	20.0
	S	55	55.0	55.0	75.0

	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 25 responden dengan persentase 25% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 55 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 55%. Kemudian sebanyak 19 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 19%. Dan 1 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 1%.

c. Variabel Pelayanan

- 1) Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, akurat, dan memuaskan sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah pun nyaman untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.

**Tabel 4. 12 indikator pelayanan yang cepat dan tanggap**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	7	7.0	7.0	9.0
	N	8	8.0	8.0	17.0
	S	57	57.0	57.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 26 responden dengan persentase 26% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 57 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan

persentase 57%. Sebanyak 8 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 8%. 7 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 7%. Dan ada juga yang sangat tidak setuju dengan pernyataan ini yaitu 2 responden dengan persentase 2%

- 2) Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memberikan perhatian seperti komunikasi yang baik, perhatian pribadi, maupun pemahaman atas kebutuhan para nasabah melalui sikap karyawan di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.

**Tabel 4. 13 indikator perhatian pribadi**

X3.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	9	9.0	9.0	10.0
	S	68	68.0	68.0	78.0
	SS	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 68 responden menyatakan setuju pada pernyataan ini dengan persentase sebesar 68%. Sebanyak 22 responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 22%. Namun ada 9 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 9%. Kemudian sebanyak 1 responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 1%.

- 3) Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memberikan jaminan pada nasabah yang bertransaksi untuk menghindari keraguan-keraguan nasabah atas bahaya maupun resiko yang terjadi dikemudian hari.

**Tabel 4. 14 indikator jaminan**

<b>X3.3</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10.0	10.0	10.0
	S	69	69.0	69.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 21 responden dengan persentase 21% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 69 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 69%. Sebanyak 10 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 10%.

- 4) Besarnya bunga pinjaman tidak memberatkan anda ketika memutuskan mengambil pinjaman.

**Tabel 4. 15 idikator pinjaman**

<b>X3.4</b>					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	N	13	13.0	13.0	16.0
	S	68	68.0	68.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 16 responden dengan persentase 16% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 68 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 68%. Sebanyak 13 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 13%. 2 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 2%. Dan ada juga yang sangat tidak setuju dengan pernyataan ini yaitu 1 responden dengan persentase 1%

d. Variabel Minat Transaksi Nasabah

- 1) Saya bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng karena produk-produk yang ditawarkan sangat bervariasi dan transaksinya cukup mudah untuk dilakukan.

**Tabel 4. 16 indikator minat bertransaksi**

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	S	65	65.0	65.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 33 responden dengan persentase 33% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 65 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 65%. 1 responden tidak setuju dengan pernyataan ini

dengan persentase 1%. Dan ada juga yang sangat tidak setuju dengan pernyataan ini yaitu 1 responden dengan persentase 1%

- 2) Saya memberitahu kepada teman/sanak/saudara saya tentang kemudahan bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng agar mereka tertarik untuk melakukan transaksi yang sama.

**Tabel 4. 17 minat bertransaksi**

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0	10.0
	N	7	7.0	7.0	17.0
	S	54	54.0	54.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa sebanyak 29 responden dengan persentase 29% menyatakan sangat setuju dengan pernyataan ini. 54 responden menyatakan setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 54%. Sebanyak 7 responden menyatakan netral pada pernyataan ini dengan persentase 7%. Dan 10 responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 10%.

- 3) Saya senang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng karena setiap transaksi yang dilakukan memiliki jaminan tertentu.



Tabel 4. 18 minat bertransaksi

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	N	5	5.0	5.0	7.0
	S	74	74.0	74.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 19 responden yang menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase sebesar 19% sedangkan 74 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 74%. Sebanyak 5 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 5% dan 2% responden tidak setuju dengan pernyataan ini dengan persentase 2%

- 4) Saya selalu menetapkan Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng sebagai pilihan saya apabila saya memiliki kebutuhan yang mendesak karena proses transaksinya sangat cepat dan terjadi saat itu juga.

Tabel 4. 19 minat bertransaksi

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	7	7.0	7.0	9.0
	N	8	8.0	8.0	17.0
	S	57	57.0	57.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa sebanyak 57 responden menyatakan setuju pada pernyataan ini dengan persentase sebesar 57%. Sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 26%. Namun ada 8 responden menyatakan netral terhadap pernyataan ini dengan persentase 8%. Kemudian sebanyak 7 responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase 7% sedangkan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju terhadap pernyataan ini dengan persentase sebesar 2%.

### 3. Analisis Data

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data tersebut dikatakan valid.

Hasil uji validitas dikonsultasikan melalui  $\alpha = 0,05$  (5%) dengan  $n = 100$  maka nilai  $r_{tabel} = 0,194$

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan SPSS 24, diperoleh hasil uji validitas terhadap masing-masing pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk, harga dan minat belanja konsumen.

Tabel 4. 20 uji validitas

No.	Variabel	Item	Corrected Item Total (r Hitung)	r Tabel	Ket.
1	Lokasi (X1)	X1.1	0,695	0,194	Valid
		X1.2	0,517	0,194	Valid
		X1.3	0,459	0,194	Valid
		X1.4	0,343	0,194	Valid
2	Promosi (X2)	X2.1	0,497	0,194	Valid
		X2.2	0,544	0,194	Valid
		X2.3	0,301	0,194	Valid
		X2.4	0,431	0,194	Valid
3	Pelayanan (X3)	X3.1	0,750	0,194	Valid
		X3.2	0,683	0,194	Valid
		X3.3	0,783	0,194	Valid
		X3.4	0,639	0,194	Valid

4	Minat Masyarakat (Y)	Y1	0,403	0,194	Valid
		Y2	0,544	0,194	Valid
		Y3	0,297	0,194	Valid
		Y4	0,641	0,194	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dari hasil pengolahan data uji validitas variabel lokasi, promosi, pelayanan dan minat bertransaksi nasabah diperoleh hasil r hitung lebih dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan pada variabel lokasi, promosi, pelayanan dan minat bertransaksi nasabah dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten dengan dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha*. Hasil analisis dengan menggunakan bantuan software SPSS, selengkapnya dapat dilihat pada table-tabel di bawah ini.

##### 1) Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1)

Tabel 4. 21 uji reliabilitas lokasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.778	4

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas berdasarkan pada tabel, diketahui bahwa variabel Lokasi mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,770 yang artinya  $> 0.3$  sehingga instrumen penelitian dikatakan reliabel.

## 2) Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

**Tabel 4. 22 uji reliabilitas promosi**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.785	4

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas berdasarkan pada tabel, diketahui bahwa variabel Promosi mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,788 yang artinya  $> 0.3$  sehingga instrumen penelitian dikatakan reliabel.

## 3) Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X3)

**Tabel 4. 23 uji reliabilitas pelayanan**

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.831	.849	4

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas berdasarkan pada tabel, diketahui bahwa variabel Pelayanan mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,831 yang artinya  $> 0.3$  sehingga instrumen penelitian dikatakan reliabel.

## 4) Uji Reliabilitas Variabel Minat Masyarakat (Y)

Tabel 4. 24 uji reliabilitas minat masyarakat

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.675	.693	4

Berdasarkan hasil analisis uji reliabilitas berdasarkan pada tabel, diketahui bahwa variabel Minat Masyarakat mempunyai nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,675 yang artinya  $> 0.6$  sehingga instrumen penelitian dikatakan reliabel.

## c. Uji Asumsi klasik

## 1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan menguji data dengan tujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara melihat sample *kolmogorove-Smirnov Test*.

Berikut hasil uji data dengan bantuan alat SPSS versi 24, yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 25 uji asumsi klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29956925
Most Extreme Differences	Absolute	.086

	Positive	.045
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov Test* pada tabel di atas, diperoleh nilai *Asymp (2-tailed)* sebesar 0,067. Artinya, data di atas merupakan data yang berdistribusi normal karena nilai *Asym. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05.

## 2) Uji Heteroskedestisitas

Uji heteroskedastisitas dalam pengujian data ini adalah menggunakan metode Glejser. Uji Glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang dilakukan terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan dasar pengambilan keputusan, jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka pada data tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas akan dikonsultasikan dengan  $\alpha = 0,05$  (5%) dan  $n = 100$ , sehingga diperoleh  $t$  tabel = 1,66

Berikut hasil uji data dengan bantuan alat SPSS versi 24, sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Uji Heteroskedestisitas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.011	1.478		.684	.496
LOKASI	-.041	.062	-.069	-.661	.510
PROMOSI	.089	.073	.141	1.209	.230
PELAYANAN	-.051	.048	-.127	-1.062	.291

a. Dependent Variable: ABS\_residual

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Glejser pada tabel di atas, diperoleh nilai bahwa masing-masing variabel memiliki t hitung  $< 1,66$  sedangkan jika dilihat melalui tabel signifikansi, diperoleh nilai signifikansi seluruh variabel  $> 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian di atas bebas dari heteroskedastisitas.

### 3) Uji Multikolonialitas

Pengujian multikolonialitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Jika nilai VIF  $< 10$  maka tidak terjadi multikolonialitas begitupun sebaliknya. Cara lain untuk melihat terjadi multikolonialitas adalah dengan melihat nilai *tolerance*. Jika nilai *tolerance*  $> 0,1$  maka data tersebut tidak terdaapat multikolonialiatas. Hasil pengujian gejala multikolonialitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.



Tabel 4. 27 uji multikolonialitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.990	2.312		3.888	.000		
	LOKASI	.431	.096	.414	4.473	.000	.951	1.051
	PROMOSI	.137	.115	.124	1.191	.237	.750	1.334
	PELAYANAN	-.116	.076	-.163	-1.528	.130	.718	1.393
a. Dependent Variable: MINAT								

Pada hasil pengujian multikolonialitas di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki nilai VIF < 10 dan memiliki nilai *tolerance* > 0,1. Artinya, variabel-variabel independent yakni lokasi, promosi dan pelayanan tidak terjadi multikolonialitas.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1) Uji T (parsial)

Uji T dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent (x) secara parsial terhadap variabel dependen (y). Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh lokasi, promosi dan pelayanan secara parsial terhadap variabel minat bertransaksi nasabah. Apabila nilai signifikansi lebih kecil atau T hitung lebih besar dari T tabel, maka terdapat pengaruh antara variabel indenpenden terhadap variabel dependen.

Hasil uji T akan dikonsultasikan dengan alpa sama dengan 0,05 (5%) dan n sama dengan 100, sehingga diperoleh T tabel sama dengan 1,66

Adapun hasil uji T dalam penelitian ini adalah:

**Tabel 4. 28 uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.990	2.312		3.888	.000
	LOKASI	.431	.096	.414	4.473	.000
	PROMOSI	.137	.115	.124	1.191	.237
	PELAYANAN	-.116	.076	-.163	-1.528	.130

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel diatas, pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Variabel lokasi (X1) memiliki nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $4.47 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Artinya variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y. Hal ini berarti variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi nasabah, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan, “Diduga pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng” diterima.

- b) Variabel Promosi (X2) memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu  $1,19 > 1,66$  dengan taraf signifikan  $0,23 > 0,05$ . Artinya variabel promosi (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat bertransaksi nasabah (Y). sehingga hipotesis ke dua yang menyatakan, “Diduga promosi berpengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng” ditolak.
- c) Variabel Pelayanan (X3) memiliki nilai t hitung  $> t$  tabel yaitu  $-1,52 < 1,66$  dengan taraf signifikan  $0,13 > 0,05$ . Artinya variabel pelayanan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat bertransaksi nasabah (Y). sehingga, hipotesis ketiga yang menyatakan, “Diduga pelayanan berpengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng” ditolak.

## 2) Uji F (Uji Simultan)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui bahwa seluruh variabel independent secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependent. Dasar pengambilan keputusan pada uji F ini adalah jika nilai signifikan  $< 0,05$  atau  $f$  hitung  $> f$  tabel maka terdapat pengaruh dari variabel-variabel bebas.

Adapun hasil uji F dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 29 uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	46.361	3	15.454	8.873	.000 <sup>b</sup>
	Residual	167.199	96	1.742		
	Total	213.560	99			
a. Dependent Variable: MINAT						
b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI						

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh f hitung sebesar 8,87 Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan nilai  $df_1 = K - 1$  yaitu  $df_1 = 4 - 1 = 3$  dan nilai  $df_2 = n - k$  yaitu  $df_2 = 100 - 3 = 97$  Dari hasil perhitungan tersebut nilai f tabel sebesar 2,70. Jadi dari hasil perolehan tersebut dapat diketahui bahwa f hitung  $>$  f tabel yaitu  $8,87 >$  dari 2,70 Dengan signifikan  $0,000 <$  0,05. Hal ini berarti variabel lokasi, promosi dan pelayanan secara Bersama-sama mempengaruhi variabel minat bertransaksi nasabah, sehingga hipotesis ke empat yang menyatakan, “Diduga lokasi, promosi, dan pelayanan berpengaruh yang simultan dan signifikan terhadap minat bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng” diterima.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur kontribusi dari keseluruhan variabel independent terhadap variabel dependent.

Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. 30 uji R2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.466 <sup>a</sup>	.217	.193	1.31972
a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, LOKASI, PROMOSI				

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai koefisien determinasi pada tabel *r-Square* sebesar 0,217 atau 21,7%. Artinya variabel lokasi, promosi dan pelayanan mempengaruhi variabel minat masyarakat dalam bertransaksi sebesar 21,7% dan sisanya sebesar 78,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

#### 4) Uji Regresi Lienar Berganda

Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan satu, dua atau lebih variabel independent dimana analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah antara masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negative, serta untuk memprediksi mulai dari variabel independent tersebut mengalami kenaikan atau penurunan.

Adapun hasil uji regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 31 uji linear berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	8.990	2.312		3.888	.000
	LOKASI	.431	.096	.414	4.473	.000
	PROMOSI	.137	.115	.124	1.191	.237
	PELAYANA N	-.116	.076	-.163	-1.528	.130
a. Dependent Variable: MINAT						

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh model persamaan regresi

linear berganda sebagai berikut:

$$Y=8,990+0,431X_1+0,137X_2+(-0,116) X_3+e_i$$

Berdasarkan persamaan di atas, dapat dijelaskan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 8,990 artinya jika variabel lokasi, promosi, dan pelayanan diasumsikan bernilai 0, maka minat bertransaksi nasabah senilai 8,990.
2. Nilai koefisien variabel lokasi ( $X_1$ ) sebesar 0,431 artinya lokasi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng setiap kenaikan 1% lokasi maka akan meningkatkan minat bertransaksi nasabah sebesar 0,431 dengan asumsi faktor-faktor lain, seperti promosi ( $X_2$ ) dan pelayanan ( $X_3$ ) bernilai konstan (tetap).
3. Nilai koefisien variabel promosi ( $X_2$ ) sebesar 0,137 artinya kenaikan 1% promosi maka akan meningkatkan minat bertransaksi nasabah sebesar 0,137 dengan asumsi faktor-

faktor lain, seperti lokasi (X1) dan pelayanan (X3) bernilai konstan.

4. Nilai koefisien variabel pelayanan (X3) sebesar -0,116 Artinya kenaikan 1% pelayanan maka akan meningkatkan minat bertransaksi nasabah sebesar -0,116 dengan asumsi faktor-faktor lain, seperti lokasi (X1) dan promosi (X2) bernilai konstan.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan penelitian tentang Fator-Faktor Yang Mendorong Minat Masyarakat Dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng (studi kasus di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng), dan berdasarkan langkah-langkah dari analisis data yang telah dilakukan terhadap hasil penelitian, maka diperoleh hasil mengenai permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Dimana pada bagian pembahasan ini dijelaskan terkait dengan hasil penelitian serta membandingkannya dengan kajian teori. Dan berdasarkan kajian teori yang telah dipaparkan maka lokasi, promosi dan pelayanan merupakan beberapa factor yang mendorong minat masyarakat dalam bertransaksi. Untuk itu peneliti akan membahas mengenai hasil penelitian yang di peroleh oleh peneliti dan akan dibandingkan dengan kajian teori. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi, promosi, dan pelayanan berpengaruh secara pasial maupun simultan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.

Adapun pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pada hasil output menggunakan SPSS, bahwa sebagian besar nasabah pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng berjenis kelamin perempuan sebanyak 87 Orang (87%), sebagian besar berusia 31-40 tahun sebanyak 52 orang (52%), sebagian besar nasabah pegadaian Syariah bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 43 orang (43%).
- b. Berdasarkan output menggunakan SPSS, diketahui dari hasil uji F diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $8,87 > 2,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti variabel lokasi (X1), promosi (X2) dan pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat (Y). artinya semakin sering dilakukan promosi, semakin strategis lokasi perusahaan dan semakin bagus pelayanan yang diberikan, maka dapat menarik minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng  
Hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,217. Hal ini berarti 21,7% variabel dependen minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng dapat dijelaskan oleh variabel devenden lokasi, promosi, dan pelayanan. Sedangkan sisanya adalah 78,3% di jelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam penelitian ini.
- c. Berdasarkan hasil uji T lokasi berpengaruh secara sparsial dengan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $4,47 > 1,66$  dengan taraf signifikansi



$0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh lokasi ( $X_1$ ) terhadap minat masyarakat ( $Y$ ). artinya jika lokasi perusahaan strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah, maka akan menimbulkan rasa minat nasabah karena nasabah merasa dengan mudah untuk menuju lokasi Pegadaian Syariah.

Temuan ini sesuai dengan temuan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Fajri, 2018) yang menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan pegadaian syariah.<sup>51</sup> Lokasi adalah tempat dimana usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaiannya dan waktu lokasi ketujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha.<sup>52</sup>

- d. Berdasarkan hasil output SPSS diketahui variabel promosi ( $X_2$ ) nilai  $T$  hitung lebih besar dari  $T$  tabel yaitu  $1,19 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,23 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak. Hal ini berarti terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah ( $Y$ ).

Hal ini dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan oleh Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng kepada masyarakat khususnya tentang

---

<sup>51</sup> Nurul Fajri, "Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Banda Aceh, 2018).

<sup>52</sup> Kolter, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Kelompok Gramedia), hlm. 136.

pengetahuan apa saja produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah, karena pada umumnya masyarakat hanya mengetahui tentang menggadai saja. Perbedaan informasi yang di dapat baik secara langsung maupun tidak langsung (melalui media cetak dan elektronik) mempengaruhi dalam minat bertransaksi nasabah.

Temuan ini sama dengan temuan yang dilakukan oleh (Junadia, 2019) yang menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh yang signifikan terhadap minat menabung pada BNI Syariah KCP Tomoni.<sup>53</sup>

Priklanan merupakan semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu.<sup>54</sup> Iklan adalah sarana promosi yang paling sering digunakan oleh bank dalam rangka mengkomunikasikan produk dan jasa bank. Guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan perusahaan. Informasi yang di berikan adalah nama produk, harga produk, manfaat produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan jenis yang di tawarkan oleh pesaing.<sup>55</sup>

- e. Berdasarkan hasil uji T dari variabel pelayanan (X3) menggunakan SPSS, dengan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu  $-1,52 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,13 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_a$

---

<sup>53</sup> Junadia, "Pengaruh Pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap Minat menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAINI) Palopo, 2019).

<sup>54</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hlm. 72.

<sup>55</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.136.

diterima. Hal ini berarti pelayanan (X3) terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng (Y).

Hal ini dikarenakan sering terjadinya kelalaian yang dilakukan oleh pegadaian syariah dalam memberikan perhatian kepada masyarakat baik dalam segi informasi disaat masyarakat lupa pada saat memperpanjang masa gadai atau menebus barang jaminan, yang dimana biasanya pegadaian syariah sering memberi tahu nasabah pada saat mendekati penebusan melalui pesan singkat melalui sms.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah, pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dihati nasabah, nasabah yang merasa puas akan mempengaruhi minat untuk datang kembali menggunakan jasa Pegadaian Syariah, maka dari itu Pegadaian Syariah harus meningkatkan lagi kualitas pelayanannya.

Menurut Lewis dan Booms yang dikutip oleh Fandy Tjiptono mengemukakan bahwa pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas

pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah.<sup>56</sup>

Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam buku *Syariah marketing* menjelaskan bahwa ciri-ciri kualitas pelayanan secara islam salah satunya adalah bersikap melayani dan rendah hati (Khidmah). Sikap melayani adalah sikap yang paling utama dari seseorang pemasar.<sup>57</sup>



Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>56</sup> Junadia, "Pengaruh Pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap Minat menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni", (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAINI) Palopo, 2019).

<sup>57</sup> Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, (Yogyakarta: Gava Media, 2011), hlm. 32.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, hal ini di buktikan dengan perolehan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $4,47 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat simpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Berdasarkan hasil uji t variabel promosi terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, hal ini di buktikan dari perolehan dari nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $1,19 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,23 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_2$  ditolak.
3. Berdasarkan hasil uji t variabel pelayanan terdapat pengaruh tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $-1,52 > 1,66$  dengan taraf signifikansi  $0,13 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.

4. Berdasarkan hasil uji F variabel lokasi, promosi, dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam bertransaksi di pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng, dilihat dari hasil uji F diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai F hitung  $8,87 > 2,70$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini berarti variabel lokasi (X1), promosi (X2) dan pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat (Y).

## **B. Saran**

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya namun pasti ada kekurangan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di ambil, maka saran yang diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng agar dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan melaukan promosi yang lebih baik lagi sehingga minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Syariah semakin meningkat.
2. Diharapkan kepada masyarakat untuk lebih meningkatkan pemahaman tentang Pegadaian Syariah, sehingga Lembaga keuangan baik bank maupun nonbank yang berlabel Syariah lebih dikedepankan.
3. Bagi penenliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independent yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam bertransaksi

di Pegadaian Syariah. Dengan demikian, hasil yang didapat akan memperkuat penelitian yang ada.



**Perpustakaan UIN Mataram**

**DAFTAR PUSTAKA**

- Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2012.
- Agusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015.
- Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: kencana Prenada Media Group, 2010.
- Arfa Wibawa Makna Hayat, 2018. “*Pengaruh Lokasi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pada Distro Ouval Research Di Buah Batubatu Bandung*”, *Ekobis Dewantara*, Vol. 1 No. 3 Maret 2018.
- Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Moderen*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005.
- Chomas Gary Ganda Tua Sibarani dkk, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Yogyakarta: Yayasan Kita Menuis. 2009.
- Daniel Moehar, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002
- Departemen Agama R1, *Al-Qur'an dan terjemahnya*, Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2006.



- Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: Andi Offset, 2012.
- Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*”, *Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016.
- Eli Miswati, “*Pengaruh Pengelolaan Penarikan Retribusi Pasar Terhadap Pendapatan Asli Daerah Perspektif Ekonomi Islam*”. *Skripsi*, Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2016.
- Hermawan Kertajaya, *Syariah Marketing*, Yogyakarta: Gava Media, 2011.
- I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Indra kanedi, “*Sistem Pelayanan Untuk Peningkatan Kepuasan Pengunjung Pada Perpustakaan Arsip Dan Dokumentasi Kota Bengkulu*”, *Pseudocode* Vol. 4 No. 1 Februari 2018.
- Junadia, “*Pengaruh Pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap Minat menabung Pada BNI Syariah KCP Tomoni*”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAINI) Palopo, 2019.
- Kolter, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Kelompok Gramedia, 2018.
- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: PT Kharisma Putra Utama, 2015

- Mardani, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana, 2018
- Muri Yusuf, *Metodelogi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Gabungan*. Jakarta: Prenamedia Group, 2014
- Mursid, M, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara. 1997
- Novita Pratiwi, “Multi Akad dan Klausul Akad Dalam Perjajjian Gadai Emas di BRI Syariah di Hubungkan dengan Prinsip Syariah Berdasarkan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah”. *Skripsi*. Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran Bandung, 2013.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Slameto, *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2008
- Sofjan Assauri, . *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011
- Sugiono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung; Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, *Metode Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT Alfabet, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabet, 2014
- Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018

Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitaif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabet, 2009

Suharsimi Arikunto, *Metodelogi Penelitian Kualititatif*. Jakarta: Bina Aksara, 1989

Syaiful Bahri Djamarah, *Strategi Belajar Mengaja*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002

Syofian Siregar, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2018.



Perpustakaan UIN Mataram



**Perpustakaan UIN Mataram**

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth. Nasabah Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dalam rangka penyelesaian studi di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram dengan biodata sebagai berikut:

Nama : Andrian Saputra

NIM : 170501230

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Pada saat ini sedang menyusun skripsi dengan judul:

**“Faktor-Faktor yang Mendorong Minat Masyarakat dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng”**

#### A. TUJUAN KUESIONER PENEITIAN

Kuesioner ini dibuat dengan tujuan untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan Pelayanan, Promosi, dan Lokasi yang menjadi faktor-faktor pendorong minat masyarakat dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng kepada nasabah Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram. Saya sangat menghargai dan mengapresiasi parrtisipasi

anda dalam menjawab kuesioner ini. Atas kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk pengisian kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

## **B. BAGIAN I: DATA RESPONDEN**

Sebelum mulai menjawab kuesioner, dipersilakan terlebih dahulu kepada para responden untuk mengisi data diri di bawah ini.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pekerjaan :

## **C. BAGIAN II: CARA PENGISIAN**

1. Bacalah dengan cermat setiap pertanyaan yang diajukan dan sesuaikanlah pada setiap alternative jawaban yang telah disediakan.
2. Pilih alternative jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda (√) pada setiap kolom yang tertera pada table.
3. Adapun keterangan dari alternative jawaban ialah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

#### D. DAFTAR PERTANYAAN

Berilah tanda (√) pada setiap koom pertanyaan yang telah disediakan.

Item Pertanyaan	Alternative Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
<b>LOKASI (X1)</b>					
1. Lokasi kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng terbilang strategis dan mudah untuk ditemukan.					
2. Lokasi kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng dekat dengan tempat tinggal nasabah.					
3. Lokasi menuju kantor Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memiliki kelancaran akses berkendara tanpa melalui kemacetan.					
4. Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng berada di tempat lingkungan yang nyaman.					
<b>PROMOSI (X2)</b>					
1. Dengan menggunakan metode periklanan secara lisan/poster/brosur, promosi yang					

dilakukan Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng menjadi lebih mudah dan lebih cepat tersebar luas ke masyarakat.					
2. Promosi yang dilakukan secara individual/perorangan membuat masyarakat lebih cepat paham dan mengerti akan produk-produk yang ditawarkan oleh Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.					
3. Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng menjaga hubungan baiknya dengan nasabah dan memberikan pelayanan senyaman mungkin agar nasabah yang pernah bertransaksi dahulu, kembali untuk melakukan transaksi di kemudian hari.					
4. Saran dari teman, keluarga, saudara dan sebagainya menarik minat saya bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.					
<b>PELAYANAN (X3)</b>					
1. Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng					



<p>memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, akurat, dan memuaskan sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah pun nyaman untuk melakukan transaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.</p>					
<p>2. Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memberikan perhatian seperti komunikasi yang baik, perhatian pribadi, maupun pemahaman atas kebutuhan para nasabah melalui sikap karyawan di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng.</p>					
<p>3. Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng memberikan jaminan kepada nasabah yang bertransaksi untuk menghindari keraguan-keraguan nasabah atas bahaya maupun resiko yang terjadi di kemudian hari.</p>					
<p>4. Besarnya bunga pinjaman tidak memberatkan anda ketika memutuskan mengambil pinjaman.</p>					
<p><b>MINAT TRANSAKSI (Y)</b></p>					
<p>1. Saya bertransaksi di Pegadaian Syariah</p>					

<p>CPS Pasar Renteng karena produk-produk yang ditawarkan sangat bervariasi dan transaksinya cukup mudah untuk dilakukan.</p>					
<p>2. Saya memberitahu kepada teman/sanak/saudara saya tentang kemudahan bertransaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng agar mereka tertarik untuk melakukan transaksi yang sama.</p>					
<p>3. Saya senang melakukan transaksi di Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng karena setiap transaksi yang dilakukan memiliki jaminan tertentu.</p>					
<p>4. Saya selalu menetapkan Pegadaian Syariah CPS Pasar Renteng sebagai pilihan saya apabila saya memiliki kebutuhan yang mendesak karena proses transaksinya sangatlah cepat dan terjadi saat itu juga.</p>					

## LAMPIRAN 2

## HASIL KUESIONER

No	X1					X2				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total
1	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
2	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
3	4	4	3	4	15	5	3	4	5	17
4	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
5	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16
6	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
7	4	5	4	3	16	5	4	4	4	17
8	2	3	4	4	13	4	4	4	4	16
9	3	5	4	4	16	5	4	4	5	18
10	3	4	4	3	14	4	4	3	5	16
11	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
12	3	4	4	3	14	4	4	5	4	17
13	3	3	4	3	13	3	4	4	5	16
14	4	4	3	4	15	5	3	4	4	16
15	4	5	5	5	19	4	5	5	3	17
16	4	4	4	3	15	5	4	4	3	16
17	3	4	4	3	14	3	4	5	4	16
18	3	4	3	4	14	5	3	5	2	15
19	3	3	1	4	11	4	1	3	5	13
20	4	4	4	5	17	5	4	4	3	16
21	4	4	3	4	15	5	3	4	5	17
22	3	4	2	2	11	4	2	4	3	13
23	3	4	3	3	13	1	3	4	4	12
24	3	4	4	4	15	1	4	4	4	13
25	4	4	4	4	16	2	4	5	3	14
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
28	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15
29	4	4	3	3	14	5	3	4	4	16
30	3	4	3	3	13	4	3	3	5	15
31	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16

32	3	4	3	3	13	5	3	4	4	16
33	3	3	3	4	13	5	3	4	4	16
34	4	3	3	4	14	3	3	3	5	14
35	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15
36	4	3	3	4	14	2	3	5	4	14
37	3	2	5	4	14	4	5	4	5	18
38	3	4	3	4	14	4	3	4	3	14
39	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14
40	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15
41	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
42	4	5	4	5	18	3	4	5	5	17
43	2	4	3	4	13	4	3	5	5	17
44	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16
45	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18
46	4	4	5	5	18	5	5	3	4	17
47	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16
48	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14
49	2	4	3	4	13	4	3	4	5	16
50	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16
51	2	3	2	4	11	4	2	5	5	16
52	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
53	5	5	5	4	19	3	5	5	3	16
54	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16	5	4	3	4	16
56	4	5	4	3	16	5	4	4	4	17
57	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17
58	3	4	3	4	14	5	3	3	4	15
59	2	4	4	4	14	4	4	4	4	16
60	3	4	3	5	15	3	3	5	3	14
61	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16	2	4	5	3	14
63	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
64	3	3	3	3	12	4	3	2	4	13
65	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
66	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
67	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
68	4	4	3	3	14	4	3	4	4	15

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

NO	X3					Y				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
1	4	5	4	3	16	5	4	4	4	17

2	3	5	4	4	16	4	4	4	3	15
3	5	4	4	5	18	5	2	5	5	17
4	3	5	5	4	17	4	5	4	3	16
5	3	2	4	5	14	4	4	4	3	15
6	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
7	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
8	4	4	5	3	16	4	4	5	4	17
9	5	3	5	5	18	5	3	5	5	18
10	4	5	4	4	17	4	5	5	4	18
11	5	4	3	5	17	5	4	3	5	17
12	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
13	5	5	4	5	19	5	3	5	5	18
14	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
15	4	3	4	4	15	5	3	5	4	17
16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
18	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
19	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
20	4	5	4	3	16	5	5	4	4	18
21	2	5	5	5	17	2	5	5	2	14
22	5	3	5	5	18	4	4	4	5	17
23	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
24	5	5	5	4	19	4	4	4	5	17
25	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14
26	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17
28	4	4	5	3	16	4	5	4	4	17
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
30	5	5	4	4	18	4	5	4	5	18
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
32	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17
33	5	5	5	2	17	5	4	4	5	18
34	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15
35	4	4	3	4	15	5	5	4	4	18
36	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
37	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19
38	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

39	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
40	4	4	5	4	17	5	5	3	4	17
41	5	5	5	4	19	4	2	5	5	16
42	3	4	4	4	15	4	5	5	3	17
43	4	4	4	3	15	4	5	5	4	18
44	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
45	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
46	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18
47	5	5	4	1	15	4	5	4	5	18
48	4	4	4	3	15	1	5	5	4	15
49	5	4	5	3	17	5	3	4	5	17
50	4	4	4	3	15	5	5	2	4	16
51	5	4	4	3	16	4	5	5	5	19
52	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
53	4	4	4	3	15	5	4	3	4	16
54	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
55	5	4	3	3	15	4	4	4	5	17
56	2	3	4	4	13	4	5	4	2	15
57	2	4	3	4	13	4	4	4	2	14
58	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17
59	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16
60	3	4	4	4	15	5	5	4	3	17
61	5	4	4	2	15	4	2	4	5	15
62	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
63	3	4	4	4	15	4	2	4	3	13
64	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15
65	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
66	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
67	4	4	3	5	16	4	2	4	4	14
68	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
69	2	4	4	4	14	4	2	4	2	12
70	2	4	4	4	14	4	4	4	2	14
71	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
72	5	5	4	4	18	4	4	4	5	17
73	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16	4	2	4	4	14

76	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
77	2	4	4	4	14	5	4	4	2	15
78	1	4	5	4	14	5	4	4	1	14
79	1	4	5	4	14	4	4	4	1	13
80	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	2	4	4	4	14	5	5	4	2	16
83	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
85	4	3	5	5	17	4	4	5	4	17
86	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
87	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
88	3	4	5	4	16	4	2	4	3	13
89	5	5	5	4	19	4	2	4	5	15
90	4	3	4	4	15	5	5	4	4	18
91	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
93	4	4	3	4	15	5	3	3	4	15
94	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
95	4	4	4	5	17	5	3	4	4	16
96	5	5	5	4	19	4	4	3	5	16
97	4	4	3	4	15	5	4	2	4	15
98	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
99	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
100	4	4	4	4	16	5	5	4	4	0



LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI



