



**PENGARUH PROMOSI DAN NILAI TAKSIRAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS iB  
PADA PT. BANK SUMUT CABANG  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

LISAHRONI MATONDANG  
NIM. 13 220 0158

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2018**



**PENGARUH PROMOSI DAN NILAI TAKSIRAN TERHADAP  
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK  
GADAI EMAS IB PADA PT. BANK SUMUT CABANG  
SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**LISAHRONI MATONDANG**  
NIM. 13 220 0158

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

**Pembimbing I**

**H. Aswadi Lubis, SE., M.Si**  
NIP.19630107 199903 1 002

**Pembimbing II**

**Jumi Atika, M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2018**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **LISAHRONI MATONDANG**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 24 April 2018  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Lisahroni Matondang** yang berjudul "**Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**H. Aswadi Lubis, SE., M.Si**  
NIP. 19630107 199903 1 002

**PEMBIMBING II**

**Jumi Atika, M.E.I**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0158  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah 4  
Judul Skripsi : **Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 24 April 2018

Saya yang Menyatakan,



**LISAHRONI MATONDANG**  
**NIM. 13 220 0158**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0158  
Jurusan : Perbankan Syariah 4  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Gadai Emas iB atas karya ilmiah Saya yang berjudul **"Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan."** Dengan Hak Bebas Gadai Emas iB ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 24 April 2018  
Yang menyatakan,



LISAHRONI MATONDANG  
NIM. 13 220 0158



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : LISAHRONI MATONDANG  
NIM : 13 220 0158  
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris

Nofinawati, SEI., MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

Anggota

1. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si  
NIP. 19780818 200901 1 015

2. Nofinawati, SEI., MA  
NIP. 19821116 201101 2 003

3. Delima Sari Lubis, MA  
NIP. 19840512 201403 2 002

4. Windari, SE., MA  
NIP. 19830510 201503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidempuan  
Tanggal : 26 Juni 2018  
Pukul : 14.00 s/d 17.00 wib  
Hasil/Nilai : 75,13 (B)  
Predikat : AMAT BAIK  
IPK : 3,29



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

## PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan**

**NAMA : LISAHRONI MATONDANG**  
**NIM : 13 220 0158**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 13 Juli 2018

Dehan,



Dr. Maswis Harahap, S.HI., M.Si  
19780818 200901 1 015

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb,*

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Ilahi Rabbi yang masih berkenan menyatukan jasad, ruh dan akal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabat dan seluruh umat yang menjalankan sunnahnya.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, MA selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.



2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.Hi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin Ritonga, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Padangsidempuan.
4. Para Dosen/Staf di lingkungan IAIN Padangsidempuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Jumi Atika, M.E.I selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Terimakasih kepada masyarakat desa Lumban Pasir Panyabungan yang telah memberikan bantuan dan wawasan kepada penulis dalam melaksanakan kuliah kerja lapangan.
7. Terimakasih kepada seluruh karyawan pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang memberikan kesempatan, dan wawasan kepada penulis selama pelaksanaan magang.
8. Teristimewa keluarga tercinta, Ayahanda Parlindungan Matondang, S.T, dan Ibunda Lenny Mahroni Siregar yang telah banyak berkorban memberikan

dukungan moril dan materil demi kesuksesan penulis, dan doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya. Serta telah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga-Nya. Aamiin ya Robbal Alamiin.

9. Terimakasih kepada adik-adikku Sarah Matondang dan Indra Buana Matondang yang selama ini telah memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada para sahabat Nerissa Nasriza Sikumbang Amd.Prs, Anggina Sari Lubis, S.AB, Riska Handayani Tanjung, Abdul Hakim Harahap, S.H, Riski Rahayu Efendi, S.Sos, Rapina Handalika Ritonga, S.pd yang selama ini juga telah memberikan dukungan, motivasi dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Dan kepada seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2013 dan rekan mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah-4 khususnya saudara Yuli, Silfana, Desi, Susi, Hidayah, Novita, Anggi, Tiara, Riski yang telah berjuang bersama-sama sejak awal sampai akhir perkuliahan dan memberikan bantuan serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi, semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses. Aamiin ya Robbal Alamiin.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan

kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, 24 April 2018

Penulis,

**LISAHRONI MAYONDANG**  
**NIM. 13 220 0158**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— ُ	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
.....و	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### **3. Ta Marbutah**

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### **4. Syaddah (Tasydid)**

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

### **5. Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﻻ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

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

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## **6. Hamzah**

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## **7. Penulisan Kata**

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

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

## **9. Tajwid**

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.



## ABSTRAK

**Nama : Lisahroni Matondang**

**NIM : 13 220 0158**

**Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan**

Gadai emas syariah merupakan jenis jasa pembiayaan baru di perbankan syariah yang sebelumnya sudah dirintis oleh pegadaian. Permasalahan penelitian ini dilatar belakangi oleh masyarakat yang masih kurang mengenal produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dikarenakan promosi yang kurang maksimal, begitu juga dengan nilai taksiran emas sebesar 80% yang masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah promosi dan nilai taksiran memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang promosi, nilai taksiran dan keputusan nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Instrumen pengumpulan data menggunakan angket dengan sampel 51 nasabah. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Dianalisis menggunakan SPSS *versi 22*.

Berdasarkan hasil pengujian penelitian menyatakan bahwa variabel promosi ( $X_1$ ), secara parsial mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah, terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $10,275 > 2,010$ . Variabel nilai taksiran ( $X_2$ ), secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah, terlihat dari  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  yaitu sebesar  $-2,480 < -2,010$ . Sedangkan secara bersama-sama (*simultan*) variabel promosi dan nilai taksiran mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, terlihat dari  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $98,747 > 3,19$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji koefisien determinasi diperoleh *R Square* sebesar 0,804 yang berarti variabel promosi dan nilai taksiran berpengaruh 80,4% terhadap keputusan nasabah dan sisanya 19,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan tidak terjadi multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

**Kata Kunci : Promosi, Nilai Taksiran, Gadai Emas iB, Keputusan Nasabah.**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>D. Rumusan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>E. Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>8</b>
<b>F. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>G. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>10</b>
<b>H. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>12</b>
1. Keputusan Nasabah .....	12
a. Pengertian Keputusan Nasabah.....	12
b. Perilaku Konsumen .....	12
1) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
2) Proses Pengambilan Keputusan .....	15
2. Promosi .....	18
a. Pengertian Promosi .....	18
b. Sarana Promosi Perbankan.....	20
3. Nilai Taksiran.....	22
a. Pengertian Nilai Taksiran.....	22
b. Prosedur Penaksiran Emas .....	23
c. Contoh Perhitungan.....	24
4. Gadai Syariah .....	24
a. Pengertian Gadai Syariah .....	24
b. Dasar Hukum Gadai Syariah.....	25
c. Produk Gadai Emas iB .....	28
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>30</b>
<b>C. Kerangka Pikir .....</b>	<b>33</b>

<b>D. Hipotesis .....</b>	<b>34</b>
---------------------------	-----------

### **BAB III METODE PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>B. Jenis Penelitian .....</b>	<b>35</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>36</b>
1. Populasi .....	36
2. Sampel .....	36
<b>D. Sumber Data .....</b>	<b>38</b>
<b>E. Instrumen Pengumpulan Data .....</b>	<b>38</b>
1. Angket .....	38
2. Wawancara .....	40
3. Dokumentasi .....	40
<b>F. Analisis Data .....</b>	<b>41</b>
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	41
a) Uji Validitas .....	41
b) Uji Reliabilitas .....	41
2. Uji Normalitas .....	42
3. Uji Linearitas .....	42
4. Pengujian Asumsi Klasik .....	42
a) Uji Multikolinearitas .....	42
b) Uji Heteroskedastisitas .....	43
5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	43
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
7. Uji Hipotesis .....	45
a) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) .....	45
b) Uji Koefisien Secara Bersama-sama (F) .....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

<b>A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan .....</b>	<b>47</b>
1. Sejarah Singkat PT. Bank SUMUT Cabang Syariah .....	47
2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah .....	50
3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan .....	51
<b>B. Analisis Data .....</b>	<b>51</b>
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	51
a) Uji Validitas .....	51
b) Uji Reliabilitas .....	55
2. Uji Normalitas .....	56
3. Uji Linearitas .....	57
4. Pengujian Asumsi Klasik .....	58
a) Uji Multikolinearitas .....	58
b) Uji Heteroskedastisitas .....	59
5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61

7. Uji Hipotesis.....	62
a) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t) .....	62
b) Uji Koefisien Secara Bersama-sama (F) .....	63
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>67</b>
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>68</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

### Halaman

<b>Tabel 1.1</b>	Daftar Jumlah Nasabah dan Realisasi Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan Tahun 2014 – Maret 2018 .....	3
<b>Tabel 1.2</b>	Definifi Operasional Variabel.....	8
<b>Tabel 2.1</b>	Penelitian Terdahulu .....	30
<b>Tabel 3.1</b>	Kisi-kisi Angket Promosi .....	39
<b>Tabel 3.2</b>	Kisi-kisi Angket Nilai Taksiran.....	39
<b>Tabel 3.3</b>	Kisi-kisi Angket Keputusan.....	40
<b>Tabel 4.1</b>	Uji Validitas Promosi .....	51
<b>Tabel 4.2</b>	Hasil Uji Validitas Promosi .....	52
<b>Tabel 4.3</b>	Uji Validitas Nilai taksiran .....	53
<b>Tabel 4.4</b>	Hasil Uji Validitas Nilai Taksiran .....	53
<b>Tabel 4.5</b>	Uji Validitas Keputusan Nasabah .....	54
<b>Tabel 4.6</b>	Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah .....	55
<b>Tabel 4.7</b>	Hasil Uji Reliablitas.....	55
<b>Tabel 4.8</b>	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov .....	56
<b>Tabel 4.9</b>	Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi dengan KN .....	57
<b>Tabel 4.10</b>	Hasil Uji Linearitas Variabel Nilai Taksiran dengan KN.....	57
<b>Tabel 4.11</b>	Hasil Multikolinearitas .....	58
<b>Tabel 4.12</b>	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	60
<b>Tabel 4.13</b>	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	61
<b>Tabel 4.14</b>	Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	62
<b>Tabel 4.15</b>	Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1</b>	Kerangka Pikir ..... 33
<b>Gambar 4.1</b>	Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan..... 51
<b>Gambar 4.2</b>	Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 59

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi baik berupa kebutuhan materi dan non material. Sebagian masyarakat menggunakan jasa perusahaan dalam jasa permodalan, pembiayaan, investasi maupun tabungan. Salah satu alternatif yang ditawarkan kepada masyarakat untuk keluar dari masalah keuangan adalah dengan memanfaatkan jasa gadai.

Bank Syariah merupakan sebuah perantara dimana bank tersebut mempunyai fungsi sebagai penghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat yang kekurangan atau membutuhkan dana.<sup>1</sup> Masyarakat dapat memperoleh pembiayaan dari bank khususnya bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku.

Gadai emas syariah merupakan jenis jasa pembiayaan baru di perbankan syariah yang sebelumnya sudah dirintis oleh pegadaian. Awalnya masyarakat mengetahui tempat untuk menggadaikan emas miliknya hanya di pegadaian saja. Kini masyarakat mulai menggunakan gadai emas pada perbankan syariah. Masyarakat menduga nilai taksiran yang diberikan oleh bank syariah lebih tinggi dari jasa gadai emas lainnya.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 52.

<sup>2</sup> Yalisma Dewi “Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), hlm. 4.

*Rahn* diperbolehkan berdasarkan al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW. *Rahn* atau jaminan itu dapat dijual atau dihargai apabila dalam waktu yang telah diperjanjikan oleh kedua pihak, tidak dapat dilunasi. Hak pemberi pinjaman akan muncul pada saat si penggadai tidak mampu melunasi kewajibannya. *Rahn* diperbolehkan karena banyak kemaslahatannya, faedah maupun manfaat yang terkandung dalam rangka hubungan antar sesama manusia.<sup>3</sup> Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/atau bagi hasil.<sup>4</sup>

PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan adalah salah satu kantor cabang unit usaha syariah PT. Bank SUMUT yang sudah memasarkan produk gadai emas sejak tahun 2007. Gadai emas merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh pinjaman secara cepat. Pinjaman gadai emas merupakan fasilitas pinjaman tanpa imbalan dengan jaminan emas dengan kewajiban pinjaman secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu. Jaminan emas yang diberikan disimpan dalam penguasaan atau pemeliharaan bank dan atas penyimpanan tersebut nasabah diwajibkan membayar biaya sewa. Bank syariah

---

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 209-210.

<sup>4</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit.*, hlm. 384-385.



dalam melaksanakan produk ini harus memerhatikan unsur-unsur kepercayaan, kesepakatan, jangka waktu, dan risiko.<sup>5</sup>

Adapun perkembangan jumlah nasabah dan realisasi produk Gadai Emas iB selama empat tahun terakhir sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Jumlah Nasabah dan Realisasi Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan Tahun 2014 - Maret 2018**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	P	Jumlah Realisasi (Rp)	P
1	2014	197	-	2.353.269.000	-
2	2015	169	14,21%	2.094.755.696	10,98%
3	2016	121	28,40%	702.638.615	66,45%
4	2017	207	50,88%	1.719.126.065	144,66%
5	Januari-Maret 2018	51	-	324.552.756	-

Sumber: Laporan Jumlah Nasabah dan Realisasi Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah PSP Tahun 2014- Maret 2018

Menurut tabel di atas, disimpulkan bahwa jumlah nasabah dan realisasi produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan mengalami *fluktuasi* dari tahun ke tahun. Dilihat dari kolom P (Persentase) pada tabel di atas, dimana pada tahun 2015 terjadi penurunan jumlah nasabah sebanyak 14,21% dan penurunan jumlah realisasi sebesar 10,98% dari tahun 2014. Kemudian pada tahun 2016 juga terjadi penurunan yang sangat signifikan yaitu jumlah nasabah sebanyak 28,40% dan penurunan jumlah realisasi sebesar 66,45% dari tahun 2015. Dan pada tahun 2017 terjadi kenaikan yang cukup signifikan yaitu jumlah nasabah sebanyak 50,88% dan kenaikan jumlah realisasi sebesar 144,66% dari tahun 2016. Dan pada Januari-

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hlm. 398.

Maret 2018 belum bisa dibandingkan dengan tahun sebelumnya karena belum berjalan satu tahun penuh.

Keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, dan kegiatan lainnya. Titik tolak untuk memahami perilaku pembeli adalah melalui model ‘rangsangan-tanggapan’. Rangsangan pemasar dan lingkungan adalah hal yang pertama kali memasuki kesadaran konsumen. Kedua hal tersebut kemudian bertemu dengan karakteristik konsumen dan bagaimana ia memproses semua itu sehingga menghasilkan keputusan pembelian.<sup>6</sup> Keputusan nasabah untuk menggadaikan emas di bank merupakan efek akhir dari suatu pembelian, dengan beberapa alasan yang menjadi pertimbangan masyarakat memutuskan untuk menjadi nasabah.

Saat melaksanakan magang di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, peneliti melihat seorang nasabah membawa calon nasabah lain yang sama sekali tidak mengetahui bahwa adanya produk Gadai Emas Syariah pada Bank tersebut. Calon nasabah tersebut tahu setelah temannya yang memberitahukan kepadanya dan mengajaknya ke Bank, oleh karena itu peneliti memahami bahwa promosi yang dilakukan masih kurang efektif terhadap produk gadai emas iB pada Bank tersebut. Sementara seperti yang kita ketahui, promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk

---

<sup>6</sup> Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 84.

jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.<sup>7</sup> Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk dan jasanya, yaitu periklanan, promosi penjualan, publisitas dan penjualan pribadi.<sup>8</sup> Sebagaimana yang peneliti ketahui, bahwa pihak PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan dalam mempromosikan produk gadai emas iB tersebut sudah melakukan promosi melalui brosur, media sosial, spanduk, radio dan *face to face*.

Nilai taksiran emas adalah jumlah maksimal pinjaman yang diperoleh nasabah dari taksiran barang yang diagunkan sesuai dengan standar yang ditentukan nilai emas yang diagunkan.<sup>9</sup> Untuk gadai emas iB PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan memberikan besar pinjaman 80% dari taksiran harga emas,<sup>10</sup> dan Pegadaian memberikan pinjaman 90% dari taksiran harga emas.<sup>11</sup> Jumlah nasabah yang aktif pada produk gadai emas iB saat ini yaitu sekitar 51 orang.<sup>12</sup> Nilai taksiran yang tinggi akan mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari

---

<sup>7</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba 4, 2008), hlm. 120.

<sup>8</sup> Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 380.

<sup>9</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 46.

<sup>10</sup> Brosur Gadai Emas iB SUMUT

<sup>11</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit.*, hlm. 395.

<sup>12</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Sanusi Pemimpin Seksi Pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Kamis, 02 April 2018 pukul. 08.30 wib.

produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.<sup>13</sup> Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Nafila yang menyimpulkan bahwa nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah dalam menggadaikan emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri. Artinya semakin baik tingkat kesesuaian nilai taksiran terhadap emas/perhiasan yang digadaikan oleh nasabah maka motivasi mereka untuk menggadaikan emas/perhiasan di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri juga akan semakin tinggi.<sup>14</sup>

Dari uraian latar belakang dan fenomena di atas peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dalam mengidentifikasi masalah sebaiknya menggunakan sumber, baik sumber resmi, pernyataan resmi dari pemegang kebijakan, kesimpulan seminar atau kenyataan faktual. Sumber-sumber yang dapat digunakan misalnya hasil penelitian terdahulu, bacaan, pengamatan, atau pengalaman pribadi.<sup>15</sup> Adapun Permasalahan Penelitian ini sebagai berikut:

1. Promosi produk gadai emas iB oleh PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan kurang meluas.

---

<sup>13</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Op. Cit.*, hlm. 99.

<sup>14</sup> Nafila Baladraf, "Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah Dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, 2013), hlm. 15.

<sup>15</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 13.

2. Nilai taksiran gadai emas di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah masih tergolong rendah.
3. Masyarakat kurang mengenal produk gadai emas iB di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

### **C. Batasan Masalah**

Peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini agar penelitian ini lebih terarah dan tidak meluas keluar dari topik penelitian. Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan pengetahuan, materi dan waktu. Maka penelitian ini terfokus kepada Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?
2. Apakah nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?
3. Apakah promosi dan nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan?

## E. Definisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap istilah yang digunakan di dalam penelitian maka dibuatlah definisi operasional variabel, guna menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Definisi yang terdapat dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

**Tabel 1.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Promosi (Variabel X <sub>1</sub> )	Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. <sup>16</sup> Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah promosi dari Produk Gadai Emas iB.	a. Periklanan ( <i>Advertising</i> ) b. Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) c. Penjualan Pribadi ( <i>Personal Selling</i> ) <sup>17</sup>	Ordinal
2	Nilai Taksir (Variabel X <sub>2</sub> )	Nilai taksiran emas adalah nilai emas yang diagunkan nasabah kepada bank atau pihak pegadaian. <sup>18</sup> Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah nilai taksiran dari emas yang digadaikan oleh nasabah.	a. Kemampuan Penaksir b. Kualitas Barang Gadai c. Peraturan yang Berlaku <sup>19</sup>	Ordinal
3	Keputusan Nasabah (Variabel Y)	Proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi	Ordinal

<sup>16</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 155.

<sup>17</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali, 2008), hlm. 222.

<sup>18</sup> Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 46.

<sup>19</sup> Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2007), hlm. 181.

		hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan. <sup>20</sup> Yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah menggunakan Produk Gadai Emas iB.	c. Penilaian Alternatif d. Keputusan Pembelian Produk e. Perilaku Setelah Pembelian <sup>21</sup>	
--	--	--	---	--

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diperinci di atas, maka dapat dijelaskan bahwa tujuan penelitian ini ada beberapa poin yang bersangkutan diantaranya:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

<sup>20</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 14.

<sup>21</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan dari “*Marketing Management*” oleh Benyamin Molan (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 235.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan atau manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

### **1. Bagi Peneliti**

Menjadi sarana penambah pengetahuan serta dapat juga menjadi alat pengaplikasian teori-teori yang diperoleh semasa diperkuliahan.

### **2. Bagi Kampus**

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pihak lain pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan dan juga dapat menjadi referensi tambahan bagi peneliti berikutnya, yang membahas hal sama dengan judul penelitian yang lain.

### **3. Bagi Bank**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan bahan masukan dalam mengembangkan produknya tersebut.

### **4. Bagi Masyarakat**

Dari hasil penelitian ini maka masyarakat diharapkan lebih mengetahui dan memahami, serta dapat menjadi sebuah media pembelajaran bagi masyarakat tentang Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.



## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dibuat dengan tujuan untuk mempermudah penulisan dalam penyusunan skripsi ini. Adapun sistematika pembahasan yang dibuat yaitu:

**BAB I Pendahuluan**, terdiri dari latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, definisi operasional fariabel, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

**BAB II Landasan Teori**, pada bab ini dibahas mengenai dari kerangka teori, variabel keputusan nasabah, variabel promosi, variabel nilai taksiran, yang dimaksud dengan gadai syariah secara rinci. Kemudian penelitian terdahulu, kerangka pikir dan juga hipotesis.

**BAB III Metode Penelitian**, untuk bab ini yang dibahas terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisis data.

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**, bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah dirumuskan. Pada bab ini juga dibahas mengenai gambaran umum tempat peneliti melakukan penelitian, baik itu visi misi perusahaan dan juga struktur organisasi perusahaan. Kemudian dalam bab ini peneliti juga mencantumkan keterbatas bagi peneliti saat melaksanakan penelitian.

**BAB V Penutup** merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran oleh peneliti yang dianggap perlu.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Keputusan Nasabah

###### a. Pengertian Keputusan Nasabah

Menurut Irham Fahmi Keputusan adalah:

Proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan dari beberapa aspek pilihan.<sup>1</sup>

Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda.<sup>2</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah hasil akhir atau memilih satu dari dua atau lebih alternatif setelah mendapatkan kesimpulan dengan melalui pertimbangan.

###### b. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen menurut Nugroho J. Setiadi adalah “Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir

---

14. <sup>1</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.

<sup>2</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 331.

dengan tindakan-tindakan pascapembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Kotler dan Keller adalah “Studi tentang bagaimana individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.<sup>4</sup>

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah proses konsumen dalam membuat keputusan membeli, menggunakan barang-barang dan jasa yang dibeli, juga faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk atau jasa.

#### 1) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar tetapi harus benar-benar diperhitungkan.<sup>5</sup> Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

##### a) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan pembentuk yang paling dasar dari keinginan dan perilaku orang. Pada saat hidup di masyarakat, seseorang akan mempelajari nilai dasar, persepsi, keinginan dan

---

<sup>3</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku konsumen Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: CV ANDI, 2013), hlm. 9.

<sup>4</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan dari “*Marketing Management*” oleh Benyamin Molan (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 181.

<sup>5</sup> Nugroho J. Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 10.

perilaku keluarga dan kelembagaan penting lainnya. Pemasar yang baik seharusnya selalu menemukan perubahan kebudayaan untuk menentukan produk baru yang mungkin di kehendaki.<sup>6</sup>

b) Faktor Sosial

Faktor sosial yaitu kekuatan-kekuatan eksternal yang memengaruhi perilaku pembelian individu, yang paling menonjol adalah pengelompokan besar kekuatan yang ditumbuhkan oleh budaya, kelompok-kelompok rujukan, dan status sosial.<sup>7</sup>

c) Faktor Pribadi

Yang dimaksud dengan kepribadian yaitu karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen.<sup>8</sup>

d) Faktor Psikologis

Faktor psikologis beroperasi dalam diri individu ikut menentukan perilaku umum orang banyak dan dengan demikian memengaruhi perilaku pembelian mereka. Setiap konsumen

---

<sup>6</sup> Ginting, Nembah F.Hartimbul, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Yrama Widya, 2011), hlm. 35.

<sup>7</sup> Monle Lee & Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Diterjemahkan dari "The Principles of Advertising in a Global Perspective" oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 117.

<sup>8</sup> Nugroho J.Setiadi, *Op.Cit.*, hlm. 10.

individual dipengaruhi oleh persepsi, motif, sikap, dan kepribadiannya.<sup>9</sup>

Keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling memengaruhi, banyak dari faktor-faktor ini tidak banyak dipengaruhi oleh pemasar. Namun faktor-faktor ini sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli-pembeli yang mungkin memiliki minat terbesar dalam suatu produk.<sup>10</sup>

## 2) Proses Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dapat dilihat dari dua segi yaitu dari segi etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil menetapkan atas sesuatu, kemudian dari segi terminologi pengambilan keputusan yaitu satu proses penetapan sesuatu dengan mana penetapan itu dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya.<sup>11</sup>

Pembuatan keputusan muncul sebagai reaksi atas sebuah masalah. Artinya, ada ketidaksesuaian antara perkara saat ini dan keadaan yang tidak diinginkan, yang membutuhkan pertimbangan untuk membuat beberapa tindakan alternatif.<sup>12</sup> Tahap-tahap proses keputusan pembelian model lima tahap:<sup>13</sup>

### a) Pengenalan Masalah

---

<sup>9</sup> Monle Lee & Carla Johnson, *Op.Cit.*, hlm. 114.

<sup>10</sup> Nugroho J.Setiadi, *Op.Cit.*, hlm. 14.

<sup>11</sup> Amini, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2004), hlm. 108.

<sup>12</sup> Stephen P. Robbins-Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Diterjemahkan dari "Organizational Behavior" oleh Diana Angelica, Ria Cahyani, dan Abdul Rosyid (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 188.

<sup>13</sup> Philip Kotler dan Kevin Keller, *Op.Cit.*, hlm. 234.

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal (lapar, haus dan sebagainya) dan eksternal (menonton iklan televisi). Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen. Mereka kemudian dapat menyusun strategi pemasaran yang memicu minat konsumen. Ini sangat penting pada proses pembelian dengan kebebasan memilih (*discretionary*).

b) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu akan mulai aktif mencari informasi untuk mempelajari produk tertentu. Yang menjadi perhatian utama pemasar adalah sumber-sumber informasi utama yang menjadi acuan konsumen dan pengaruh relatif tiap sumber tersebut terhadap keputusan pembelian selanjutnya.

c) Evaluasi Alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai

proses yang berorientasi kognitif. Yaitu, model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen.

- (1) Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan.
- (2) Konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk.
- (3) Konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

#### d) Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam beberapa kasus, konsumen bisa mengambil keputusan untuk tidak secara formal mengevaluasi setiap merek. Keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh risiko yang dipikirkan.

Besarnya risiko yang dipikirkan berbeda-beda membuat para pemasar harus memahami faktor-faktor yang menimbulkan perasaan dalam diri konsumen akan adanya risiko dan memberikan

informasi serta dukungan untuk mengurangi risiko yang diperkirakan itu.

e) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memperhatikan fitur-fitur tertentu yang mengganggu atau mendengar hal-hal yang menyenangkan tentang merek lain, dan akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Komunikasi pemasaran harus memasok keyakinan dan evaluasi yang mengukuhkan pilihan konsumen dan membantu dia merasa nyaman dengan merek.<sup>14</sup>

## 2. Promosi

### a. Pengertian Promosi

Promosi adalah merupakan salah satu sarana pemasaran perusahaan yang bertujuan agar produk yang dipasarkan dapat dikenal secara luas oleh pihak konsumen dengan jangkauan promosi yang luas tersebut sehingga diharapkan volume penjualan dapat lebih ditingkatkan.<sup>15</sup> Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.<sup>16</sup> Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena

---

<sup>14</sup> *Ibid.*, hlm. 235-243.

<sup>15</sup> Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 96.

<sup>16</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba 4, 2008), hlm. 120.



itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.<sup>17</sup>

Maka dari pengertian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa promosi adalah cara yang memiliki peran dan pengaruh yang besar bagi Bank baik dalam hal memperkenalkan perusahaannya, produk, dan juga dalam hal meningkatkan volume penjualannya.

Sesuai dengan firman Allah Swt, yang berkaitan dengan promosi disampaikan dalam Surat An-nisa ayat 58:

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
سَمِيعًا بَصِيرًا﴾

Artinya: “Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat”. (Q.S An-Nisa’: 58)<sup>18</sup>

Dalam buku ayat-ayat ekonomi islam Dwi Suwiknyo pada ayat yang bergaris bawah dijelaskan “untuk menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya”.<sup>19</sup> Maksud amanat adalah menyampaikan hak

<sup>17</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali, 2008), hlm. 222.

<sup>18</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Special For Woman* (Bandung: Syaamil Qur'an, 2009), hlm. 87.

<sup>19</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 18.

atau pun apa saja kepada pemiliknya dengan tidak ada pengurangan.<sup>20</sup> Begitu juga perusahaan dalam memperkenalkan produknya dengan mempromosikan produk tersebut dengan baik agar nasabah atau calon nasabah dapat mengenal produk tersebut dengan baik pula.

#### b. Sarana Promosi Perbankan

Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya. Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:<sup>21</sup>

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

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling dikenal dan paling banyak dibahas orang, hal ini kemungkinan karena jangkauannya luas. Iklan juga menjadi instrumen promosi yang sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat luas.<sup>22</sup>

Iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik dan memengaruhi calon nasabah. Penggunaan promosi lewat iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat:

- a) Pemasangan *billboard* (papan nama).
- b) Pencetakan brosur.
- c) Pemasangan spanduk.

---

<sup>20</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 581.

<sup>21</sup> Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 222

<sup>22</sup> Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm.

- d) Melalui koran.
- e) Melalui majalah.
- f) Melalui televisi.
- g) Melalui radio, dll.<sup>23</sup>

## 2) Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Di samping promosi lewat iklan, promosi lainnya dapat dilakukan melalui promosi penjualan atau *sales promotion*. Tujuan promosi penjualan adalah meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi penjualan dilakukan untuk menarik nasabah untuk segera membeli setiap produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, agar nasabah tertarik untuk membeli maka perlu dibuatkan promosi penjualan.<sup>24</sup>

## 3) Publisitas (*Publicity*)

Publisitas atau hubungan masyarakat merupakan kiat pemasaran penting lainnya, di mana perusahaan tidak hanya harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi juga harus bergabung dengan kepentingan publik yang lebih besar.

Hubungan masyarakat sangat peduli terhadap beberapa tugas pemasaran, seperti membangun citra, mengatasi permasalahan dan isu yang ada, memperkuat *positioning* perusahaan dan mengadakan peluncuran untuk produk/jasa baru. Program hubungan masyarakat

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 222.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 223-224.

antara lain, publikasi, acara-acara penting, pameran dan mensponsori beberapa acara.<sup>25</sup>

#### 4) Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan perorangan merupakan kegiatan oleh perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan para calon konsumennya. Dengan kontak langsung ini diharapkan terjadi hubungan yang positif terhadap pengusaha dan calon konsumennya.

Penjualan perseorangan ini bersifat lebih fleksibel, karena tenaga penjualan dapat secara langsung menyesuaikan penawaran penjualan dengan kebutuhan dan perilaku masing-masing calon pembeli. Penjualan perseorangan mempunyai peranan yang penting dalam pemasaran produk, karena interaksi secara personal antara penyedia produk dan konsumen sangat penting.<sup>26</sup>

### 3. Nilai Taksiran

#### a. Pengertian Nilai Taksiran

Nilai taksiran emas adalah nilai emas yang diagunkan nasabah kepada bank. Untuk mendapatkan pinjaman, barang yang dimiliki oleh nasabah terlebih dahulu harus ditaksir, tujuannya adalah untuk menghitung dan mengetahui besarnya jumlah pinjaman yang dapat dipinjamkan oleh Bank kepada nasabah.<sup>27</sup> Nilai taksiran yang tinggi akan mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan produk

---

<sup>25</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Op. Cit.*, hlm. 122.

<sup>26</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm. 158.

<sup>27</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 46.

pembiayaan gadai emas syariah. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.<sup>28</sup> Penaksiran barang agunan dilakukan untuk mengetahui kualitas dan nilai sesungguhnya dari barang tersebut, seperti emas, perak, dan jenis harta lainnya, dan juga untuk kepentingan mengetahui harga barang atau untuk menentukan harga penjualan barang tersebut.<sup>29</sup>

#### b. Prosedur Penaksiran Emas

Petugas penaksir sebaiknya orang yang berpengalaman dalam hal tersebut. Prosedur penaksiran *marhun* dilakukan oleh *murtahin* atau petugas yang mempunyai pengalaman dalam hal penaksiran harga agunan. Aturan yang dimaksud diuraikan sebagai berikut:

- 1) Penaksir memperhatikan harga standar pasar di pusat yang sedang berlaku.
- 2) Penaksir memperhatikan harga standar pasar setempat yang disesuaikan dengan kondisi harga yang sedang berlaku.
- 3) Harga pedoman untuk keperluan penaksir dimaksud, selalu disesuaikan dengan perkembangan harga yang terjadi.
- 4) Penaksir melakukan uji kualitas barang.
- 5) Penaksir menentukan nilai taksir barang.<sup>30</sup>

#### c. Contoh Perhitungan

---

<sup>28</sup> Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Op. Cit.*, hlm. 99.

<sup>29</sup> Ktut Silvanita Mangani, *Bank & Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 65.

<sup>30</sup> Sigit Trianduri dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain* (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 219.

Ibu Azrah memiliki emas 24 karat dengan berat 15 gram, datang pada Bank Sumut Syariah karena membutuhkan dana tunai untuk membayar uang kuliah anaknya dengan jangka waktu 2 bulan.

Pada tanggal tersebut diketahui harga pasar emas Rp 241.000,-/gram, diperkirakan nilai pinjaman 80% dari nilai taksiran emas 24 karat, dengan biaya sewa hanya Rp 5.500,-/gram/bulan.

1) Uang maksimal yang akan diperoleh ibu Azrah:

$$\text{Rp } 241.000,- \times 15 \text{ gram} \times 80\% = \text{Rp } 2.892.000,-$$

Jadi, pinjaman yang diberikan dibulatkan menjadi sebesar Rp 2.800.000,-.

2) Biaya gadai yang harus di bayar ibu Azrah:

$$\text{Rp } 5.500,- \times 15 \text{ gram} \times 2 \text{ bln} = \text{Rp } 165.000,-. \text{ Dan di tambah biaya materai.}^{31}$$

#### 4. Gadai Syariah

##### a. Pengertian Gadai Syariah

Gadai syariah disebut juga dengan *ar-rahn*, *Ar-rahn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan utang. Pengertian ar-rahn dalam bahasa arab adalah *ats-tsubut wa ad-dawam*, yang berarti “tetap” dan “kekal”.<sup>32</sup>

Gadai syariah (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang jaminan (*marhun*) atas utang/pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai

---

<sup>31</sup> Brosur Gadai Emas iB SUMUT

<sup>32</sup> Zainuddin Ali, *Op. Cit.*, hlm. 1.

ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (murtahin) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.<sup>33</sup>

Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian gadai (rahn) di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa gadai berarti pihak yang menahan atau pemberi pinjaman menahan barang yang bersifat materi dan memiliki nilai ekonomis milik si peminjam, barang tersebut perlu memiliki nilai ekonomis agar pihak yang memberi pinjaman memperoleh jaminan apabila pihak yang meminjam tidak dapat membayar utang nya pada waktu yang telah ditentukan.

## b. Dasar Hukum Gadai Syariah

### 1) Al-Qur'an

Q.S Al-Baqarah ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: "Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan

<sup>33</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 128.

amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya, dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (Q.S Al-Baqarah: 283)<sup>34</sup>

Dalam buku ayat-ayat ekonomi islam Dwi Suwiknyo, pada ayat yang bergaris bawah memiliki arti “maka ada barang jaminan yang dipegang”. Ayat ini menjelaskan transaksi tidak tunai yang dilakukan dalam perjalanan dan tidak ada seorang juru tulis (*katiban*) yang menuliskannya, maka hendaklah ada barang tanggungan (*borg*) yang dipegang oleh yang berpiutang.<sup>35</sup> Seperti dalam transaksi gadai emas, dimana *marhun* memberikan barang agunan berupa emas kepada *murtahin* pihak yang menahan atau penerima gadai sebagai simbol nyata dari kepercayaan sehingga dapat saling memenuhi kewajiban antarpihak.

## 2) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Menurut Fatwa DSN-MUI No.25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk rahn diperbolehkan.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Special For Woman* (Bandung: Syaamil Qur'an, 2009), hlm. 49.

<sup>35</sup> Dwi Suwiknyo, *Op. Cit*, hlm. 242.

<sup>36</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 385.



### 3) Rukun dan Syarat Gadai Syariah

Transaksi *rahn* antara dengan pihak bank syariah/lembaga keuangan syariah akan sah apabila memenuhi rukun dan syarat yang telah ditentukan sesuai syariat Islam.

#### a) Rukun Gadai

- (1) *Rahin* (orang yang menggadaikan),
- (2) *Murtahin* (orang yang menerima gadai),
- (3) *Marhun/Rahn* (objek/barang gadai),
- (4) *Marhun Bih* (utang), dan
- (5) Ijab kabul.<sup>37</sup>

#### b) Syarat Gadai

- (1) *Rahn* dan murtahin dengan syarat-syarat kemampuan juga berarti kelayakan seseorang untuk melakukan transaksi pemilikan, setiap orang yang sah melakukan jual beli sah melakukan gadai.
- (2) Ijab kabul dengan syarat tidak boleh terkait dengan masa yang akan datang.
- (3) Utang (*marhun bih*) dengan syarat harus merupakan hak yang waib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dapat

---

<sup>37</sup> Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm. 310.

dihitung kumlahnya atau diukur, bila tidak dapat diukur atau tidak dapat dihitung, *rahn* itu tidak sah.

- (4) Barang (*marhun*) dengan syarat harus bisa diperjual belikan, harus berupa harta yang bernilai, marhun bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh *rahn* setidaknya harus seizin pemiliknya.<sup>38</sup>

### c. Produk Gadai Emas iB

Gadai emas iB Sumut adalah fasilitas pinjaman dana tunai tanpa imbalan jasa yang diberikan Bank Sumut Cabang Syariah kepada nasabah dengan jaminan berupa emas yang berprinsip gadai syariah.<sup>39</sup>

Keuntungan yang akan diperoleh nasabah dari produk Gadai Emas iB ini antara lain adalah bebas dari unsur riba, biaya sewa tempat menyimpan emas yang murah, prosesnya mudah dan cepat sehingga nasabah tidak harus menunggu dengan waktu yang lama untuk memperoleh uang tunai.<sup>40</sup>

#### 1) Syarat dan Ketentuan Gadai Emas iB

Untuk calon nasabah Gadai Emas iB diberikan persyaratan dan ketentuan sebagai berikut:<sup>41</sup>

---

<sup>38</sup> Andri Soemitra, *Op.Cit.*, hlm. 385-386.

<sup>39</sup> [www.BankSUMUT.com](http://www.BankSUMUT.com), diakses 23 september 2017, pukul 20.13 WIB.

<sup>40</sup> Brosur Gadai Emas iB SUMUT

<sup>41</sup> Brosur Gadai Emas iB SUMUT

- (a) Identitas diri berupa KTP/SIM atau kartu identitas yang masih berlaku.
- (b) Objek jaminan hanya berupa emas, minimal 18 karat.
- (c) Jangka waktu pinjaman yang diberikan sampai dengan 4 (empat) bulan dan dapat diperbaharui.
- (d) Pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan.
- (e) Melampirkan NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak) untuk pinjaman di atas Rp100 juta.
- (f) Mengisi formulir aplikasi permohonan gadai.
- (g) Membayar biaya materai.
- (h) Membayar biaya sewa Rp5.500/gram/bulan.

Selanjutnya pihak bank syariah akan melakukan analisis pinjaman yang meliputi:<sup>42</sup>

- (a) Petugas bank memeriksa kelengkapan dan kebenaran syarat-syarat calon pemohon peminjam.
- (b) Penaksir melakukan analisis terhadap data pemohon, keaslian dan karatase jaminan berupa emas, sumber pengembalian pinjaman, penampilan atau tingkah laku calon nasabah yang mencurigakan.
- (c) Jika menurut analisis, pemohon layak maka bank akan menerbitkan pinjaman (*qardh*) dengan gadai emas. Jumlah pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan nasabah dengan

---

<sup>42</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit.*, hlm. 399.

maksimal pinjaman sebesar 80% dari taksiran emas yang disesuaikan dengan harga standar emas.

(d) Realisasi pinjaman dapat dicairkan setelah akad pinjaman (*qardh*) sesuai dengan ketentuan bank.

(e) Nasabah dikenakan biaya administrasi, biaya sewa dari jumlah pinjaman.

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Difa Ikrima Mudzdalifa (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo.</li> <li>b. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan.</li> <li>c. Motivasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.</li> </ul>
2.	Yalisma Dewi (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)	Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Nilai taksiran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan Gadai Emas.</li> <li>b. Biaya-biaya secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan.</li> <li>c. Promosi secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan.</li> <li>d. Pelayanan secara</li> </ul>

			parsial berpengaruh positif dan signifikan.
3.	Nafila Baladraf (Skripsi, Universitas Negeri Gorontalo, 2013)	Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah Dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo.	Nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah dalam menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo.
4.	Ahmad Rifqi Damarjati (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro).	<p>a. Faktor nilai taksiran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Gadai Emas syariah di BPD DIY Syariah.</p> <p>b. Faktor Biaya-biaya secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan.</p> <p>c. Faktor Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.</p> <p>d. Faktor Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.</p>
5.	Siti Rohima (Skripsi, IAIN Padangsidimpuan, 2016).	Pengaruh Nilai Taksiran dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Gadai di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.	<p>a. Nilai taksiran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam melakukan Gadai di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.</p> <p>b. Faktor Situasional berpengaruh positif secara parsial dan signifikan.</p>

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk melihat dan sebagai gambaran umum setiap penelitian karena dapat bermanfaat untuk memperkuat teori. Penelitian terdahulu biasanya memiliki perbedaan dan persamaan, maka perbedaan dan persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah:

Difa Ikrima Mudzdalifa (2017) perbedaannya terdapat pada variabel kualitas pelayanan dan motivasi, sedangkan penelitian ini membahas promosi dan nilai taksiran. Persamaannya terdapat pada analisis regresi linier berganda dan variabel keputusan.

Yalisma Dewi (2013) perbedaannya dengan penelitian ini adalah tempat penelitian pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusuma Negara Yogyakarta sedangkan penelitian ini pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Persamaannya adalah variabel (Y) yang membahas tentang keputusan menggunakan gadai emas syariah.

Nafila Baladraf (2013) perbedaannya terdapat pada variabel motivasi nasabah sedangkan dalam penelitian ini yang dibahas keputusan nasabah dan regresi linier sederhana sedangkan pada penelitian ini regresi linier berganda. Persamaannya terdapat pada teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan angket.

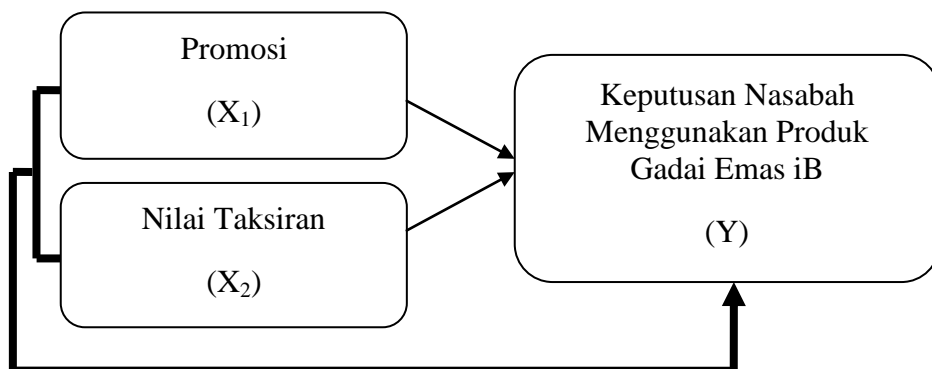
Ahmad Rifqi (2014) perbedaannya terdapat pada variabel faktor biaya-biaya dan faktor pelayanan sedangkan pada penelitian ini variabel yang dibahas adalah faktor promosi dan nilai taksiran saja, dan lokasi penelitian di BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro. Persamaannya pada variabel keputusan nasabah.

Siti Rohima (2016) perbedaannya dengan penelitian ini terdapat pada variabel (X) yaitu nilai taksiran dan faktor situasional sedangkan pada penelitian ini promosi dan nilai taksiran, dan lokasi penelitian di PT. Pegadaian (Persero). Persamaannya menggunakan analisis regresi berganda.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel dependen dan independen.<sup>43</sup>

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pikir<sup>44</sup>**



Variabel bebas (X) adalah Promosi (X<sub>1</sub>) dan Nilai Taksiran (X<sub>2</sub>), sedangkan variabel terikat (Y) adalah Keputusan nasabah. Berdasarkan kajian teori dan uraian latar belakang masalah bahwa banyak faktor yang berhubungan dengan pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: CV Alfabeta), hlm. 88.

<sup>44</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 10.

produk. Maka peneliti mengkaji dan meneliti apakah faktor promosi dan nilai taksiran berpengaruh secara parsial dan *simultan* terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB.

#### D. Hipotesis

Menurut Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah “ Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan peneliti”.<sup>45</sup> Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto “Hipotesis adalah menunjukkan pada hubungan dua atau lebih variabel”.<sup>46</sup> Maka, hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih perlu diuji secara empiris.

Berdasarkan kerangka pikir dan landasan teori, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>a1</sub> = Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

H<sub>a2</sub> = Terdapat pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

H<sub>a3</sub> = Terdapat pengaruh promosi dan nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>45</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 76.

<sup>46</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 43.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang beralamat di Jalan Merdeka No. 12 Kota Padangsidempuan, dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September 2017 sampai dengan 23 Mei 2018. Peneliti memilih tempat ini karena peneliti menemukan permasalahan yang ingin diteliti di lokasi tersebut.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif (*description research*). Deskriptif yaitu memberi gambaran yang lebih detail mengenai suatu gejala dan fenomena pada objek penelitian sesuai dengan apa adanya dan sesuai dengan hasil penelitiannya.<sup>1</sup> Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005), hlm.42.

<sup>2</sup> Asmadi Alsas, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm. 13.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Nurul Zuriah “populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan”.<sup>3</sup>

Sedangkan menurut Etta Mamang dan Sopiah “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.<sup>4</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan pada tahun 2014 - bulan Maret tahun 2018.<sup>5</sup>

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan 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.<sup>6</sup> Dalam pengambilan jumlah sampel peneliti berpedoman kepada Suharsimi Arikunto yang mengatakan “apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subjeknya besar, dapat diambil 10-15% atau 15%-20% atau lebih tergantung kepada kemampuan peneliti, sempit

---

<sup>3</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm. 116.

<sup>4</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op. Cit.*, hlm. 309.

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bapak Ahmad Sanusi Pemimpin Seksi Pemasaran di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan, Kamis, 02 April 2018 pukul. 08.30 wib.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 62.

luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek dan besar kecilnya risiko yang ditanggung oleh peneliti.<sup>7</sup>

Dari berbagai rumus yang ada, ada sebuah rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel yaitu rumus slovin:

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

Keterangan:

n : besaran sampel

N : besaran populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)<sup>8</sup>

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 5%, adalah:

$$n = \frac{745}{1 + 745 (0,05^2)}$$

$n = 399,46$  dibulatkan menjadi 400 nasabah.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sample* yaitu teknik penentuan sampel dan pertimbangan dengan kriteria tertentu terhadap seluruh jumlah populasi.<sup>9</sup> Kriteria yang termasuk dalam pengambilan jumlah sampel ini yaitu nasabah yang sedang aktif menggunakan gadai emas, nasabah yang mendapatkan pinjaman >Rp.30.000.000,-, dan nasabah yang melakukan gadai emas lebih dari satu

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), hlm. 134.

<sup>8</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Op. Cit.*, hlm. 136.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 122.

kali pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidipuan. Sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti adalah jumlah nasabah dengan kriteria tertentu yaitu berjumlah 51 dari 400 nasabah.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Adapun data primer yang dibuat oleh peneliti adalah melalui angket dan wawancara.

#### **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen yang baik dalam suatu penelitian sangat penting sebab dapat menjamin pengambilan data yang akurat. Adapun alat yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Angket**

Angket adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>10</sup> Angket dalam penelitian ini adalah angket dengan pertanyaan tertutup.<sup>11</sup> Kuisisioner yang digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin, dimana peneliti harus merumuskan sejumlah pernyataan mengenai suatu topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju,

---

<sup>10</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013), hlm. 102.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ..... ,Op. Cit.*, hlm. 200.

setuju, ragu-ragu/tidak tahu/netral, tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan berbagai pernyataan tersebut.

Setiap jawaban memiliki bobot yang berbeda, dan seluruh jawaban responden dijumlahkan berdasarkan bobotnya sehingga menghasilkan suatu skor tunggal mengenai suatu topik tertentu, dengan rumusan sebagai berikut:

Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Positif	5	4	3	2	1
Negatif	1	2	3	4	5

Keterangan:

SS : Sangat Setuju                      R : Ragu-ragu  
 S : Setuju                                      STS : Sangat Tidak Setuju<sup>12</sup>  
 TS : Tidak Setuju

Dalam menyusun angket, agar tidak keluar dari pembahasan yang diteliti, maka peneliti menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Kisi-kisi Angket Promosi**

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Promosi	1. Periklanan	1,2,3 dan 4
		2. Promosi Penjualan	5,6 dan 7
		3. Penjualan Pribadi	8,9 dan 10
<b>Jumlah</b>			10

**Tabel 3.2**  
**Kisi-kisi Angket Nilai Taksir**

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
2	Nilai Taksiran	1. Kemampuan Penaksir	1,2 dan 3
		2. Kualitas Barang Gadai	4,5 dan 6

<sup>12</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 88.

	3. Peraturan yang Berlaku	7,8,9 dan 10
<b>Jumlah</b>		10

**Tabel 3.3**  
**Kisi-kisi Angket Keputusan**

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
3	Keputusan	1. Pengenalan Masalah	1 dan 2
		2. Pencarian Informasi	3 dan 4
		3. Penilaian Alternatif	5 dan 6
		4. Keputusan Memilih Produk	7 dan 8
		5. Perilaku Setelah Memilih Produk	9 dan 10
<b>Jumlah</b>			10

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang di wawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>13</sup> Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan secara tidak terstruktur.<sup>14</sup>

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan, catatan dokumentasi ini bisa berbentuk tulisan atau gambar.

---

<sup>13</sup> Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 135.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ..... ,Op. Cit.*, hlm. 194.

## F. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a) Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>15</sup>

Untuk menentukan apakah item valid atau tidak maka dilihat pada nilai signifikan, jika signifikan  $< 0,05$  maka item valid, tetapi jika signifikan  $> 0,05$  maka item tidak valid. Cara lain nya yaitu, dengan membandingkan  $r_{hitung}$  (nilai *pearson correlation*) dengan  $r_{tabel}$ . Jika nilai positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item dinyatakan valid. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item dinyatakan tidak valid,  $r_{tabel}$  dicari pada signifikan 5% atau 0,05 dengan uji dua sisi dan  $N = 51/df=49$  adal.<sup>16</sup> Pengujian validitas data menggunakan *SPSS versi 22*.

#### b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliabel* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama.<sup>17</sup> Uji reliabilitas yaitu kelanjutan dari uji validitas , dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Suatu variabel dapat dikatakan

---

<sup>15</sup> Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

<sup>16</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 59.

<sup>17</sup> Morissan, *Op. Cit.*, hlm. 99.

*reliabel* apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Pengujian reliabilitas data menggunakan *SPSS versi 22*.<sup>18</sup>

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.<sup>19</sup> Persyaratan data disebut normal jika probabilitas atau  $p > 0,05$  pada uji normalitas dengan *one sample kolmogrov-smirnov*.<sup>20</sup>

## 3. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linier. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. Teori lain mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*deviation from linearity*) lebih dari 0,05.<sup>21</sup>

## 4. Pengujian Asumsi Klasik

### a) Uji Multikolinearitas

---

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 64.

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 69.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hlm. 78.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 79.



Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.<sup>22</sup> Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat *Variance Inflation factor* (VIF) dan *Tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *Tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>23</sup>

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode grafik pada uji heteroskedastisitas dilihat dari:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>24</sup>

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel

---

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 99.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 103.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 113.

dependen. Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.<sup>25</sup>

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

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

Atau

$$KN = a + b_1Prom + b_2NT + e$$

Keterangan:

KN	= Keputusan Nasabah
a	= Konstanta
$b_1, b_2$	= Koefisien Regresi Linier Berganda
Prom	= Promosi
NT	= Nilai Taksiran
e	= <i>error</i>

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>26</sup> *R Square* ( $R^2$ ) menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen yang artinya

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ....*, Op. Cit., hlm. 277.

<sup>26</sup> Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 240-241.

persentase sumbangan pengaruh variabel independennya terhadap variabel dependen.<sup>27</sup>

## 7. Uji Hipotesis

### a) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 0,05. Setelah  $t_{hitung}$  diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut:

- (1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.
- (2) Jika  $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.<sup>28</sup>

### b) Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

- (1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ( $\alpha = 0,05$ ). Artinya terdapat pengaruh antara Promosi dan Nilai Taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>27</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 156.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 161.

(2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak ( $\alpha = 0,05$ ).

Artinya tidak terdapat pengaruh antara Promosi dan Nilai Taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 157.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan**

##### 1. Sejarah Singkat PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) didirikan pada Tanggal 04 Nopember 1961 dengan Akte Notaris Rusli No. 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas. Berdasarkan UU No. 13/1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah, bentuk usaha diubah menjadi Badan Usaha Milik daerah (BUMD) sesuai Perda Tk. I Sumatera Utara No. 5/1965, dengan modal dan saham yang dimiliki Pemda Tk. I dan Pemda Tk. II Sumatera Utara.<sup>1</sup>

Salah satu yang merupakan Bank Umum Milik Daerah (BUMD) seperti Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara (BPDSU) yang sekarang dikenal dengan nama Bank SUMUT yang kepemilikannya sampai dengan saat ini sepenuhnya dimiliki oleh pemerintah Provinsi dan pemerintah Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Utara. Bank SUMUT secara terus menerus melakukan perubahan sehingga mampu bertahan di tengah persaingan tersebut. Bank SUMUT sigap dalam melihat peluang pasar Perbankan Syariah yang berperan sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat dengan tetap memberikan pelayanan terbaik dalam melayani kebutuhan masyarakat Sumatera Utara yang ingin bertransaksi secara syariah, maka pada Tanggal 04 Nopember 2004 PT. Bank SUMUT

---

<sup>1</sup> [www.BankSUMUT.com](http://www.BankSUMUT.com), diakses 02 Maret 2018, pukul 21.15 WIB

membuka Unit Usaha Syariah yaitu Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi, Kantor Cabang Pembantu Syariah Stabat dan 76 Unit Layanan Syariah diseluruh Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu Konvensional Bank SUMUT.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama dikalangan Bank Sumut, terutama sejak dikeluarkannya UU No. 20 Tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan Unit Usaha Syariah, karena akibat krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997. Selain Bank Umum yang membuka Divisi Usaha Syariah, Bank Konvensional seperti Bank Sumut juga berperan di dalamnya untuk membuka Unit/Divisi Usaha Syariah yang belum begitu optimal dalam tatanan sektor perbankan syariah, namun Bank SUMUT ikut ambil resiko dalam mengembangkan Jasa Perbankan Syariah.

Pendirian Unit Usaha Syariah juga didasari pada kultur masyarakat Sumatera Utara yang amat *Religious*, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Usaha Unit Syariah semakin menguat seiring keluarnya Fatwa MUI yang menyatakan bunga bank haram. Tentunya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat Muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada Tanggal 04 Nopember 2004 Bank SUMUT membuka Unit Usaha Syariah dengan dua Kantor Cabang Syariah, yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada Tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada Tanggal 26 Desember 2006.

Strategi yang dilakukan oleh Bank Sumut dalam rangka pengembangan Unit Usaha Syariah adalah:

a. Menetapkan Target Pasar

Pasar yang dijadikan sasaran adalah masyarakat yang usahanya masih mikro yang telah memiliki kesadaran untuk menggunakan jasa perbankan dan mempunyai kesadaran untuk menerapkan ajaran Islam dengan baik. Selain dari masyarakat, pendanaan juga akan digalang dari organisasi-organisasi dan yayasan Islam yang memiliki kegiatan kemasyarakatan dengan perputaran dana yang relatif signifikan. Sebagai bank milik Pemerintah Daerah, target penghimpunan dana juga dari para karyawan PEMDA yang mempunyai pendapatan relatif mapan dan memiliki pengaruh yang signifikan di masyarakat.

b. Melakukan Sosialisasi dan Promosi

Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi, organisasi-organisasi keagamaan, sosialisasi tentang produk-produk perbankan syariah ini juga menggunakan media komersial seperti media cetak, televisi, radio dan juga melalui brosur,

spanduk, banner, baliho, serta aktif mengikutipameran dengan membuka standar untuk melakukan sosialisasi dan promosi.

c. Pengembangan Infrastruktur Teknologi Sistem Informasi

Bank Sumut bekerja sama dengan pihak PT. *College* Inti Pratama sebagai vendor untuk mengembangkan teknologi informasi yang dapat mendokumentasi seluruh proses internal layanan produk dan jasa syariah dengan tingkat keamanan dan akurasi yang tinggi.

d. Pengembangan Produk

Pengembangan produk lebih difokuskan kepada produk pembiayaan, produk penghimpunan dana dan produk jasa. Pengembangan dari masing-masing produk akan disesuaikan dengan kebutuhan dan perkembangan pasar.

2. Visi dan Misi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah

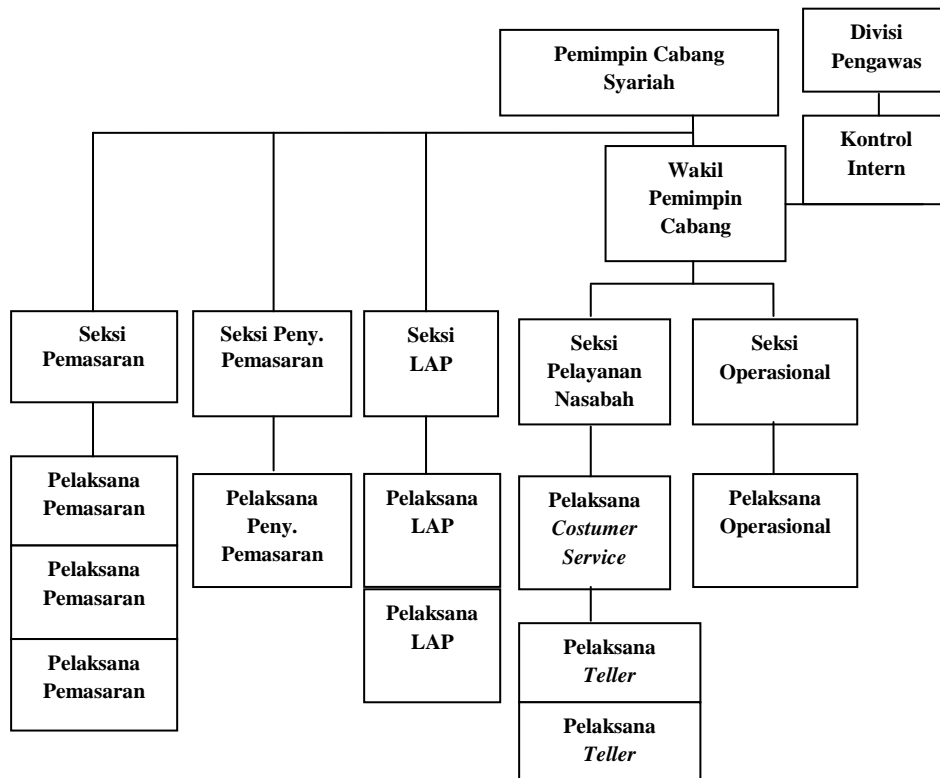
Visi yang ditetapkan oleh Bank Sumut Syariah adalah menjadi bank yaitu untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat yang dilakukan dengan prinsip syariah sesuai ketentuan DSN-MUI.

Misi dari Bank Sumut Syariah adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang dalam pelaksanaannya dilakukan dengan selalu berpedoman pada prinsip *Good Corporate Governance*. Visi dan Misi Bank SUMUT Cabang Syariah tersebut diterapkan juga di Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.



3. Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Bank SUMUT Cabang Syariah**  
**Padangsidimpuan**



Sumber: Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

## B. Analisis Hasil Penelitian

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a) Uji Validitas

##### (1) Uji Validitas Promosi

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Promosi**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	37,39	12,203	0,600	0,825

Item2	36,29	14,692	0,381	0,842
Item3	36,67	13,907	0,681	0,821
Item4	37,29	14,132	0,325	0,853
Item5	36,80	14,321	0,471	0,835
Item6	36,73	12,963	0,666	0,816
Item7	36,88	13,066	0,551	0,828
Item8	36,98	12,820	0,738	0,810
Item9	36,31	14,500	0,427	0,838
Item10	36,76	13,624	0,736	0,816

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari hasil uji validitas promosi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan uji dua sisi dan  $N = 51/df=49$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,270. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (pada tabel di atas).

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas promosi**

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item1	0,600	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=51$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,270$	Valid
Item2	0,381		Valid
Item3	0,681		Valid
Item4	0,325		Valid
Item5	0,471		Valid
Item6	0,666		Valid
Item7	0,551		Valid
Item8	0,738		Valid
Item9	0,427		Valid
Item10	0,736		Valid

Sumber: Data diolah, 2018.

## (2) Uji Validitas Nilai Taksiran

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Nilai Taksiran**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	38,67	12,507	0,666	0,775
Item2	38,65	12,793	0,404	0,801
Item3	38,59	12,367	0,535	0,785
Item4	38,24	12,984	0,555	0,786
Item5	38,41	12,927	0,502	0,790
Item6	38,96	13,358	0,264	0,819
Item7	39,10	12,290	0,424	0,801
Item8	38,69	11,580	0,661	0,769
Item9	38,24	12,984	0,555	0,786
Item10	38,41	13,167	0,440	0,796

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan uji dua sisi dan  $N = 51/df=49$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,270. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (pada tabel di atas). Dari hasil uji validitas nilai taksiran dapat dilihat bahwa nilai dari item 6 kurang dari  $r_{tabel}$ , sedangkan nilai item yang lain di atas  $r_{tabel}$ . Jadi, dapat disimpulkan bahwa item 6 tidak valid jadi harus diperbaiki atau dibuang.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Nilai Taksiran**

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item1	0,666	Instrumen valid,	Valid
Item2	0,404		Valid

Item3	0,535	jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=51$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,270$	Valid
Item4	0,555		Valid
Item5	0,502		Valid
Item6	0,264		Tidak Valid
Item7	0,424		Valid
Item8	0,661		Valid
Item9	0,555		Valid
Item10	0,440		Valid

Sumber: Data diolah, 2018.

(3) Uji Validitas Keputusan Nasabah

**Tabel 4.5**  
**Uji Validitas Keputusan Nasabah**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	34,71	24,772	0,376	0,909
Item2	34,86	22,321	0,702	0,892
Item3	34,92	22,474	0,664	0,894
Item4	35,02	21,060	0,804	0,885
Item5	35,31	20,620	0,744	0,889
Item6	34,86	22,961	0,591	0,898
Item7	34,69	21,700	0,769	0,887
Item8	35,10	20,890	0,738	0,889
Item9	35,18	21,508	0,653	0,895
Item10	34,76	23,944	0,546	0,901

Sumber: Hasil *output* SPSS 22 (data diolah)

Dari hasil uji validitas keputusan nasabah dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan uji dua sisi dan  $N = 51/df=49$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,270. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* (pada tabel di atas).

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah**

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Item1	0,376	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=51$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,270$	Valid
Item2	0,702		Valid
Item3	0,664		Valid
Item4	0,804		Valid
Item5	0,744		Valid
Item6	0,591		Valid
Item7	0,769		Valid
Item8	0,738		Valid
Item9	0,653		Valid
Item10	0,546		Valid

Sumber: Data diolah, 2018.

b) Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,600$ . Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>		Kesimpulan
Promosi	0,843	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>
Nilai Taksiran	0,819	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>
Keputusan Nasabah	0,904	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel promosi adalah  $0,843 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi adalah reliabel. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel nilai taksiran adalah  $0,819 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel nilai taksiran adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan nasabah adalah

0,904 > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan nasabah adalah reliabel.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan pengujian *SPSS versi 22* dengan menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* pada taraf signifikansi 0,05 dan metode grafik.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,30394143
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0,101
	Positive	0,101
	Negative	-0,104
Test Statistic		0,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,173 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed) adalah 0,173 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,05 ( $0,173 > 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji Komogorov-Smirnov.

## 3. Uji Linearitas

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi dengan KN**  
**ANOVA Table**

			Sig.
Keputusan_Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	0,000
		Linearity	0,000
		Deviation from Linearity	0,733
Within Groups			
Total			

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dapat diketahui nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi  $< 0,05$ , maka antara variabel promosi dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear. Jika dilihat dari nilai signifikansi pada *deviation from linearity*, variabel promosi dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear karena nilai signifikansi  $0,733 > 0,05$ .

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Linearitas Variabel Nilai Taksiran dengan KN**  
**ANOVA Table**

			Sig.
Keputusan_Nasabah * Nilai_Taksiran	Between Groups	(Combined)	0,000
		Linearity	0,000
		Deviation from Linearity	0,110
Within Groups			
Total			

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah).

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa dapat diketahui nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,000. Karena signifikansi  $< 0,05$ , maka

antara variabel nilai taksiran dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear. Jika dilihat dari nilai signifikansi pada *deviation from linearity*, variabel nilai taksiran dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear karena nilai signifikansi  $0,110 > 0,05$ .

#### 4. Pengujian Asumsi Klasik

##### a) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel penjelasan (bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui *SPSS versi 22*.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Promosi	0,359	2,785
Nilai Taksiran	0,359	2,785

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

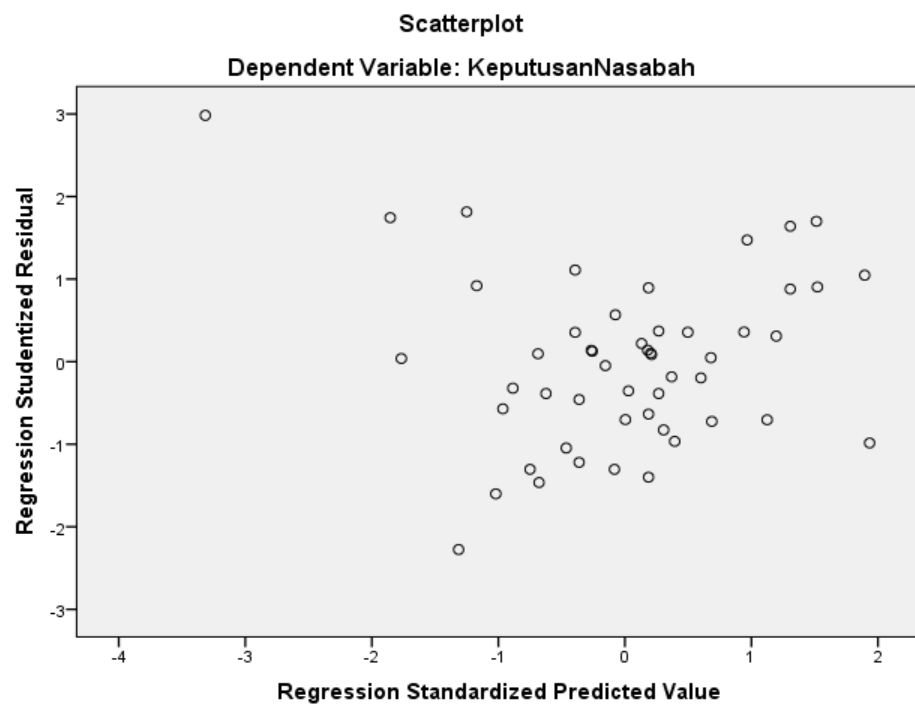
Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai VIF variabel promosi adalah  $2,785 < 10$ , variabel nilai taksiran  $2,785 < 10$ . Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ). Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel promosi adalah  $0,359 > 0,1$ , variabel nilai taksiran adalah  $0,359 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (*Tolerance*  $> 0,1$ ). Berdasarkan penilaian dari tabel di atas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.



### b) Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode grafik dengan melihat pola titik pada grafik regresi. Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitasnya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Berdasarkan gambar di bawah dapat dilihat bahwa diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antardua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.

Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut:

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

**Tabel 4.12**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-3,867	3,660	
Promosi	1,402	0,136	1,094
Nilai Taksiran	-0,377	0,152	-0,264

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Nilai-nilai pada *output* kemudian dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = (-3,867) + 1,402\text{Prom} + (-0,377)\text{NT} + e$$

Penjelasan di atas adalah sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta (a) adalah (-3,867) ini dapat diartikan apabila promosi dan nilai taksiran nilainya adalah 0, maka keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB adalah sebesar (-3,867).
- b) Koefisien regresi variabel promosi sebesar 1,402, artinya apabila variabel promosi ditambah 1 satuan maka keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB adalah memengaruhi sebesar 1,402 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah, semakin

meningkat promosi maka semakin meningkat keputusan nasabah sebesar 1,402 satuan.

- c) Koefisien regresi variabel nilai taksiran sebesar (-3,867), artinya apabila variabel nilai taksiran ditambah 1 satuan maka keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB adalah memengaruhi sebesar (-3,867) satuan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara nilai taksiran dengan keputusan nasabah, semakin meningkat nilai taksiran maka semakin turun keputusan nasabah sebesar (-3,867) satuan.

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

Uji ini menunjukkan sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai *R Square*. *R Square* biasanya digunakan untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan dua variabel independen.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,897 <sup>a</sup>	0,804	0,796	2,351

a. Predictors: (Constant), Nilai Taksiran, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,804 atau 80,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 80,4% sedangkan

sisanya 19,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini yaitu variabel biaya-biaya, promosi, dan pelayanan.

## 7. Uji Hipotesis

### a) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (promosi dan nilai taksiran) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Adapun hasil analisis regresi *output* sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	-1,057	0,296
Promosi	10,275	0,000
Nilai Taksiran	-2,480	0,017

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah  
Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Untuk  $t_{\text{tabel}}$  dicari pada  $\alpha = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$ , dimana  $n$ = jumlah sampel dan  $k$ = jumlah variabel independen, jadi  $df = 51-2-1 = 48$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi= 0,05), maka diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,010.

Dari hasil *output* di atas dapat dilihat bahwa  $t_{\text{hitung}}$  untuk variabel promosi sebesar 10,275 dan tingkat signifikan sebesar 0,000. Sedangkan  $t_{\text{tabel}}$  diperoleh 2,010 ini berarti  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  ( $10,275 > 2,010$ ) dan ( $0,00 < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Sedangkan  $-t_{hitung}$  untuk variabel nilai taksiran pada perhitungan di atas sebesar  $-2,480$  dan untuk  $-t_{tabel}$  adalah  $-2,010$ , ini berarti  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-2,480 < -2,010$ ) dan tingkat signifikan  $> \alpha$  ( $0,017 < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

b) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Df	F	Sig.
1	Regression	2	98,747	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	48		
	Total	50		

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Nilai Taksiran, Promosi

Sumber: hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah  $98,747$  sedangkan  $F_{tabel}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan df 1 (jumlah variabel  $- 1$ ) = 2 dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $51-2-1 = 48$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel independen), hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar  $3,19$ . Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikan  $< \alpha$  dimana ( $98,747 > 3,19$  dan  $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi dan nilai taksiran secara bersama-sama atau *simultan* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian berjudul pengaruh promosi dan nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Dari hasil penelitian ini sebagaimana yang telah dicantumkan di atas, yang dianalisis dengan menggunakan *SPSS versi 22* menunjukkan hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,804 atau 80,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel promosi dan nilai taksiran terhadap variabel keputusan nasabah 80,4%, atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan dalam model promosi dan nilai taksiran mampu menjelaskan sebesar 80,4% variasi dependen keputusan nasabah. Sedangkan sisanya 19,6% persen dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti yaitu variabel biaya-biaya, promosi, dan pelayanan.

Perhitungan statistik dengan menggunakan *SPSS* yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan cukup baik untuk menerangkan perkembangan keputusan nasabah. Dari hasil variabel bebas yang dimasukkan dalam penelitian ini, ternyata semua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Selanjutnya hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah

Hasil regresi promosi menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 1,402. Hal ini berarti promosi memiliki hubungan

positif terhadap keputusan nasabah, dimana apabila setiap peningkatan promosi ditambah 1 satuan maka peningkatan keputusan nasabah adalah sebesar 1,402 satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,05 maka  $t_{hitung}$  sebesar 10,275. Hal ini berarti promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, yang terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,275 > 2,010$ ).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmad Rifqi Damarjati yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro), yang menyatakan bahwa Faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Gadai Emas Syariah di BPD DIY Syariah.

Hal ini sejalan dengan teori menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani “promosi merupakan salah satu bagian dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.” Oleh karena itu semakin tinggi promosi maka masyarakat atau nasabah akan semakin mengenal produk gadai emas iB atau produk bank lainnya.

## 2. Pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah

Hasil regresi nilai taksiran menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar (-0,377). Hal ini berarti nilai taksiran memiliki hubungan positif terhadap keputusan nasabah, dimana apabila setiap peningkatan nilai taksiran ditambah 1 satuan maka peningkatan keputusan nasabah adalah sebesar (-0,377) satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,05 maka  $t_{hitung}$  sebesar (-2,480). Hal ini berarti nilai taksiran memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, yang terlihat dari  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  ( $-2,480 < -2,010$ ).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yalisma Dewi yang berjudul Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta), yang menyatakan bahwa nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan gadai emas.

Hal ini sejalan dengan teori menurut Rambat Lupiyoadi “nilai taksiran yang tinggi akan mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhannya.” Oleh karena itu, semakin tinggi nilai taksiran dari gadai emas maka nasabah akan semakin tertarik untuk menggunakan produk gadai emas tersebut.



#### **D. Keterbatasan penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh, keterbatasan yang menyebabkan peneliti hanya fokus pada dua variabel independen

Meskipun demikian peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan. Peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat disempurnakan lagi.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan”:

1. Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada promosi dengan diperoleh  $t_{hitung} 10,275 > t_{tabel} 1,677$ . Artinya, variabel promosi berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan nasaba.
2. Nilai taksiran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada nilai taksiran diperoleh  $-t_{hitung} -2,480 < -t_{tabel} -1,677$ . Artinya, variabel nilai taksiran berpengaruh negatif secara parsial terhadap keputusan nasabah.
3. Promosi dan nilai taksiran secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan. Berdasarkan uji *simultan* (uji F) diperoleh  $F_{hitung} 98,398 > F_{tabel} 3,191$ . Maka variabel promosi dan nilai taksiran secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh

positif terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.

## **B. Saran**

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap produk gadai emas iB agar lebih menggali lagi variabel-variabel selain dari yang sudah dimuat dalam penelitian ini.
2. Untuk pihak bank agar lebih meningkatkan lagi strategi promosi seperti melalui penjualan pribadi, dan mensosialisasikan produk ke swalayan-swalayan merupakan strategi yang sangat efektif untuk diterapkan. Akad yang terlalu banyak harus dirampingkan, guna untuk menghemat waktu dan juga menghemat biaya kertas. Sebaiknya untuk setiap produk dalam bank seperti gadai emas iB agar diketahui dan dipahami oleh setiap karyawan baik itu oleh satpam, karena apabila seluruh karyawan memahami dan mengerti bagaimana produk dalam bank tersebut akan dapat meningkatkan promosi produk. Kiranya PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan untuk mengkaji ulang nilai taksiran kiranya dapat dinaikkan menjadi 80 - 85% untuk menarik hati nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amini, *Perilaku Organisasi*, Bandung: Citapustaka Media, 2004.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2005.
- Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku konsumen Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: CV ANDI, 2013.
- Ginting, Nembah F.Hartimbul, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: Yrama Widya, 2011.
- Heri Sudarsono, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi*, Yogyakarta: Ekonisia, 2007.
- Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali, 2008.
- Ktut Silvanita mangani, *Bank & Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Kencana, 2012.

- Monle Lee & Carla Johnson, *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*, Diterjemahkan dari “The Principles of Advertising in a Global Perspective” oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna, Jakarta: Kencana, 2007.
- Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan Teori-Aplikasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Diterjemahkan dari “Marketing Management” oleh Benyamin Molan, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba 4, 2008.
- Sigit Trianduri dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Jakarta: Salempa Empat, 2006.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV Alfabeta, 2007.
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&B)*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013.
- \_\_\_\_\_, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 2005.
- Stephen P. Robbins-Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Diterjemahkan dari “Organizational Behavior” oleh Diana Angelica, Ria Cahyani, dan Abdul

Rosyid, Jakarta: Salemba Empat, 2008.

Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Sumber Non Buku:

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Special For Woman*, Bandung: Syaamil Qur'an, 2009.

Brosur Gadai Emas iB SUMUT

Sumber Lainnya:

Ahmad Rifqi Damarjati "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah Studi Kasus Pada BPD DIY Syariah Cabang Cik Di Tiro" Skripsi: Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014

Difa Ikrima Mudzdalifa "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta" Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017.

Nafila Baladraf "Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah Dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo" Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, 2013.

Siti Rohima "Pengaruh Nilai Taksiran dan Faktor Situasional Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Melakukan Gadai di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan" Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, 2016.

Yalisma Dewi "Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya, Promosi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah Studi Kasus Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara, Yogyakarta" Skripsi: Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.

Sumber Internet:

[www.BankSUMUT.com](http://www.BankSUMUT.com), diakses 23 september 2017, pukul 20.13 WIB.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0158  
Tempat dan Tanggal lahir : Padangsidimpuan, 13 Oktober 1995  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat Lengkap : Jl. Prof. HM Yamin, Kec.  
Padangsidimpuan Utara, Kota  
Padangsidimpuan, Sumatera Utara.  
E-mail : lisahroni13@gmail.com

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

Nama Ayah : Parlindungan Matondang, S.T.  
Nama Ibu : Leny Mahroni Siregar  
Alamat Lengkap : Jl. Prof. HM Yamin, Kec.  
Padangsidimpuan Utara, Kota  
Padangsidimpuan, Sumatera Utara.

### **III. RIWAYAT PENDIDIKAN**

Tahun 1999-2001 : TK KESUMA Padangsidimpuan  
Tahun 2001-2007 : SD Negeri 200101/1 Padangsidimpuan  
Tahun 2007-2010 : SMP Negeri 3 Padangsidimpuan  
Tahun 2010-2013 : SMA Negeri 1 Padangsidimpuan  
Tahun 2013-2018 : Institut Agama Islam Negeri (IAIN)  
Padangsidimpuan

## Lampiran 1

### KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan

Di tempat

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat,

Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Kuisisioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam Bidang ilmu Perbankan Syariah, dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu membantu kami mengisi kuisisioner ini kami ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Lisahroni Matondang  
NIM. 13 220 0158



## Lampiran 2

### **PENGARUH PROMOSI DAN NILAI TAKSIRAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS iB PADA PT. BANK SUMUT CABANG SYARIAH PADANGSIDIMPUAN**

#### **I. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :  
Alamat :  
Jenis Kelamin :  
Usia :  
Pekerjaan :

#### **II. PETUNJUK PENGISIAN**

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *check list* atau silang (x) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

<b>No.</b>	<b>Pernyataan</b>
1	Sangat Setuju (SS)
2	Setuju (S)
3	Ragu (R)
4	Tidak Setuju (TS)
5	Sangat Tidak Setuju (STS)

### Lampiran 3

#### 1. Angket Promosi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya melihat iklan gadai emas iB di spanduk.					
2.	Saya mendengar informasi gadai emas iB di radio.					
3.	Saya melihat iklan gadai emas iB di media sosial.					
4.	Saya mengetahui gadai emas iB melalui brosur.					
5.	Informasi yang diberikan pegawai tidak mudah dipahami					
6.	Seluruh pegawai Bank dapat memberikan informasi tentang gadai emas iB.					
7	Saya menggadaikan emas di Bank karena informasi yang saya dapatkan dari pegawai.					
8.	Promosi produk gadai emas iB jarang dilakukan.					
9.	Saya tahu gadai emas iB dari nasabah Bank Sumut Cabang Syariah PSP.					
10.	Promosi yang dilakukan tidak sesuai dengan kondisi sosial masyarakat PSP.					

#### 2. Angket Nilai Taksiran

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Penaksir emas di Bank Sumut Cabang Syariah PSP menaksir emas dengan teliti.					
2.	Penaksir lambat dalam menaksir emas.					
3.	Barang jaminan ditaksir dengan cermat dan akurat oleh penaksir.					
4.	Nilai taksiran tidak terlalu rendah dari harga pembelian emas yang berlaku saat ini.					
5.	Nilai taksiran yang diberikan oleh pihak Bank bergantung pada tingginya kadar emas.					
6.	Nilai taksiran emas ditaksir dengan menggunakan alat yang canggih.					

7.	Pinjaman yang diberikan tidak melebihi dari taksiran emas yang digadai.					
8.	Biaya sewa barang yang digadaikan tidak sesuai dengan ketentuan Bank.					
9.	Bank memberikan nilai taksiran yang lebih tinggi dari jasa gadai emas lainnya.					
10.	Nilai taksiran yang diberikan berubah-ubah.					

### 3. Angket Keputusan Nasabah

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Gadai emas iB memudahkan nasabah memperoleh dana cepat dan mudah.					
2.	Syarat untuk menggadaikan emas tidak rumit					
3.	Informasi mengenai produk gadai emas iB jelas dan mudah dipahami.					
4.	Nilai taksiran yang diberikan oleh Bank mendorong saya menggadaikan emas di Bank					
5.	Proses menggadaikan emas di Bank Sumut Cabang Syariah PSP mudah dan cepat.					
6.	Saya merasa aman dalam bertransaksi dan proses transaksinya secara islami.					
7.	Menggunakan produk gadai emas iB membuat saya mendapatkan manfaat yang saya inginkan.					
8.	Saya menggadaikan emas di Bank karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal saya.					
9.	Saya telah melakukan keputusan yang tepat dengan memilih Bank Sumut Cabang Syairah PSP untuk menggadaikan emas.					
10.	Saya akan selalu menggadaikan emas di Bank karena dapat memenuhi kebutuhan saya.					

Lampiran 4

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel X<sub>1</sub> (promosi), untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Yang disusun oleh:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0258  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

1. *Revisi pernyataan nomor 4, bedakan iklan TV, iklan radio, dan iklan lainnya*
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang baik.

Padangsidempuan *24* April 2018



**Rodame Monitorir Napitupulu M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

**Lampiran 5**

**SURAT VALIDASI**

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel X<sub>2</sub> (nilai taksiran), untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Yang disusun oleh:


Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0258  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang baik.

Padangsidempuan, 24 April 2018



**Rodame Monitorir Napitupulu M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001

Lampiran 6

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Rodame Monitorir Napitupulu M.M**

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Variabel Y (keputusan), untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

**Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan.**

Yang disusun oleh:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 13 220 0258  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah -4

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

1. *Revisi pernyataan nomor 8, agar ditambahkan menggadai emas*
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan yang baik.

Padangsidempuan, *24* April 2018

**Rodame Monitorir Napitupulu M.M**  
NIP. 19841130 201801 2 001



<b>35</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>36</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>37</b>	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>38</b>	3	5	4	3	4	4	2	3	5	4	<b>37</b>
<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>40</b>	2	5	4	4	4	4	4	3	5	4	<b>39</b>
<b>41</b>	3	5	4	2	4	4	4	3	5	4	<b>38</b>
<b>42</b>	3	5	4	3	4	4	3	3	5	4	<b>38</b>
<b>43</b>	2	5	4	3	3	4	4	4	5	4	<b>38</b>
<b>44</b>	3	5	5	1	4	4	4	3	5	3	<b>37</b>
<b>45</b>	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	<b>39</b>
<b>46</b>	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	<b>45</b>
<b>47</b>	3	5	3	4	3	3	5	3	4	3	<b>36</b>
<b>48</b>	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	<b>36</b>
<b>49</b>	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>39</b>
<b>50</b>	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	<b>41</b>
<b>51</b>	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	<b>38</b>

### Hasil Tanggapan Responden Variabel Nilai Taksiran ( $X_2$ )

Responden	Butir Soal										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<b>1</b>	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	<b>45</b>
<b>2</b>	3	4	3	4	5	3	2	3	4	5	<b>36</b>
<b>3</b>	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	<b>45</b>
<b>4</b>	4	3	5	5	4	3	2	4	5	5	<b>40</b>
<b>5</b>	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	<b>46</b>
<b>6</b>	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>49</b>
<b>7</b>	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	<b>49</b>
<b>8</b>	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	<b>44</b>
<b>9</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	<b>39</b>
<b>10</b>	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	<b>43</b>
<b>11</b>	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>46</b>
<b>12</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>13</b>	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	<b>46</b>
<b>14</b>	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	<b>47</b>
<b>15</b>	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	<b>44</b>
<b>16</b>	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	<b>47</b>
<b>17</b>	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	<b>46</b>





### Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Nasabah (Y)

Responden	Butir Soal										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	45
2	5	4	4	3	3	2	4	3	3	4	35
3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
4	3	2	2	3	2	4	2	3	2	4	27
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
7	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
8	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	32
9	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	33
10	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
11	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
12	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
13	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
16	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
18	5	4	4	2	2	3	4	2	5	3	34
19	5	4	4	4	2	3	4	4	2	3	35
20	5	4	4	4	2	3	4	4	5	3	38
21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
25	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
28	4	4	2	3	2	2	4	3	3	5	32
29	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
30	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
31	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
36	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	36

<b>37</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>38</b>	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	<b>35</b>
<b>39</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
<b>40</b>	4	4	4	3	2	4	4	3	2	4	<b>34</b>
<b>41</b>	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	<b>36</b>
<b>42</b>	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	<b>34</b>
<b>43</b>	3	3	4	2	2	4	4	2	2	4	<b>30</b>
<b>44</b>	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	<b>36</b>
<b>45</b>	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	<b>38</b>
<b>46</b>	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	<b>44</b>
<b>47</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>31</b>
<b>48</b>	4	2	2	3	3	4	3	3	3	4	<b>31</b>
<b>49</b>	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	<b>42</b>
<b>50</b>	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	<b>38</b>
<b>51</b>	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	<b>36</b>

## Lampiran 8

### A. Uji Validitas dan Reabilitas

#### 1. Uji Validitas

##### a. Uji Validitas Promosi ( $X_1$ )

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	37,39	12,203	,600	,825
P2	36,29	14,692	,381	,842
P3	36,67	13,907	,681	,821
P4	37,29	14,132	,325	,853
P5	36,80	14,321	,471	,835
P6	36,73	12,963	,666	,816
P7	36,88	13,066	,551	,828
P8	36,98	12,820	,738	,810
P9	36,31	14,500	,427	,838
P10	36,76	13,624	,736	,816

##### b. Uji Validitas Nilai Taksiran ( $X_2$ )

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NT1	38,67	12,507	,666	,775
NT2	38,65	12,793	,404	,801
NT3	38,59	12,367	,535	,785
NT4	38,24	12,984	,555	,786
NT5	38,41	12,927	,502	,790
NT6	38,96	13,358	,264	,819
NT7	39,10	12,290	,424	,801
NT8	38,69	11,580	,661	,769
NT9	38,24	12,984	,555	,786
NT10	38,41	13,167	,440	,796

### c. Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KN1	34,71	24,772	,376	,909
KN2	34,86	22,321	,702	,892
KN3	34,92	22,474	,664	,894
KN4	35,02	21,060	,804	,885
KN5	35,31	20,620	,744	,889
KN6	34,86	22,961	,591	,898
KN7	34,69	21,700	,769	,887
KN8	35,10	20,890	,738	,889
KN9	35,18	21,508	,653	,895
KN10	34,76	23,944	,546	,901

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Uji Reliabilitas Promosi ( $X_1$ )

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	10

### b. Uji Reliabilitas Nilai Taksiran ( $X_2$ )

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	9

### c. Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

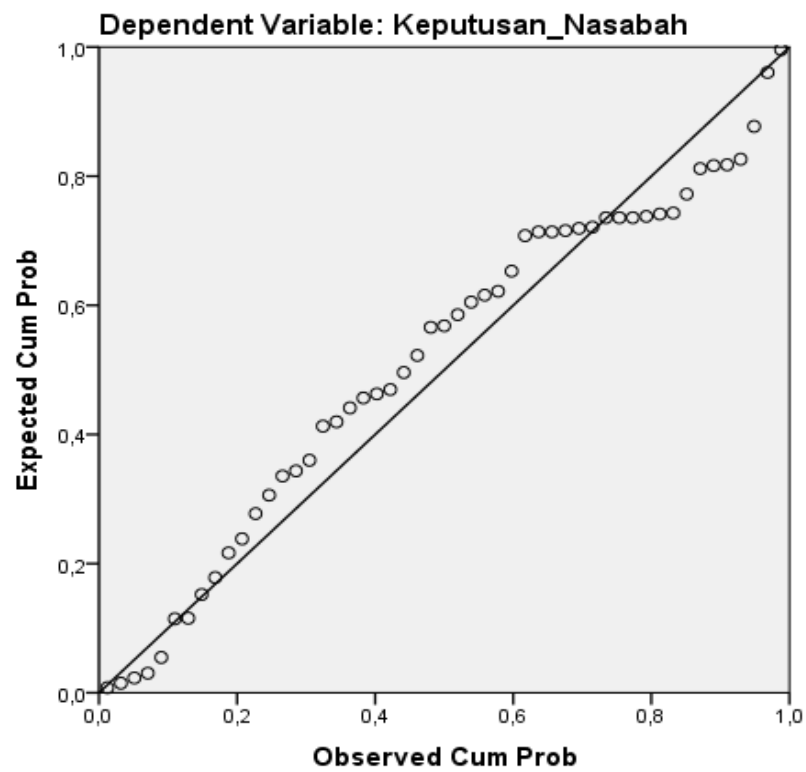
Cronbach's Alpha	N of Items
,904	10

## B. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,30394143
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,110
	Negative	-,104
Test Statistic		,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,173 <sup>c</sup>

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



### C. Uji Linearitas

#### Hasil Uji Linearitas Promosi dengan Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	1131,362	16	70,710	10,635	,000
		Linearity	1057,997	1	1057,997	159,133	,000
		Deviation from Linearity	73,365	15	4,891	,736	,733
	Within Groups		226,050	34	6,649		
Total			1357,412	50			

#### Hasil Uji Linearitas Nilai Taksiran dengan Keputusan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Nasabah * Nilai_Taksiran	Between Groups	(Combined)	808,656	13	62,204	4,194	,000
		Linearity	508,260	1	508,260	34,270	,000
		Deviation from Linearity	300,396	12	25,033	1,688	,110
	Within Groups		548,756	37	14,831		
Total			1357,412	50			

### D. Penujian Asumsi Klasik

#### 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

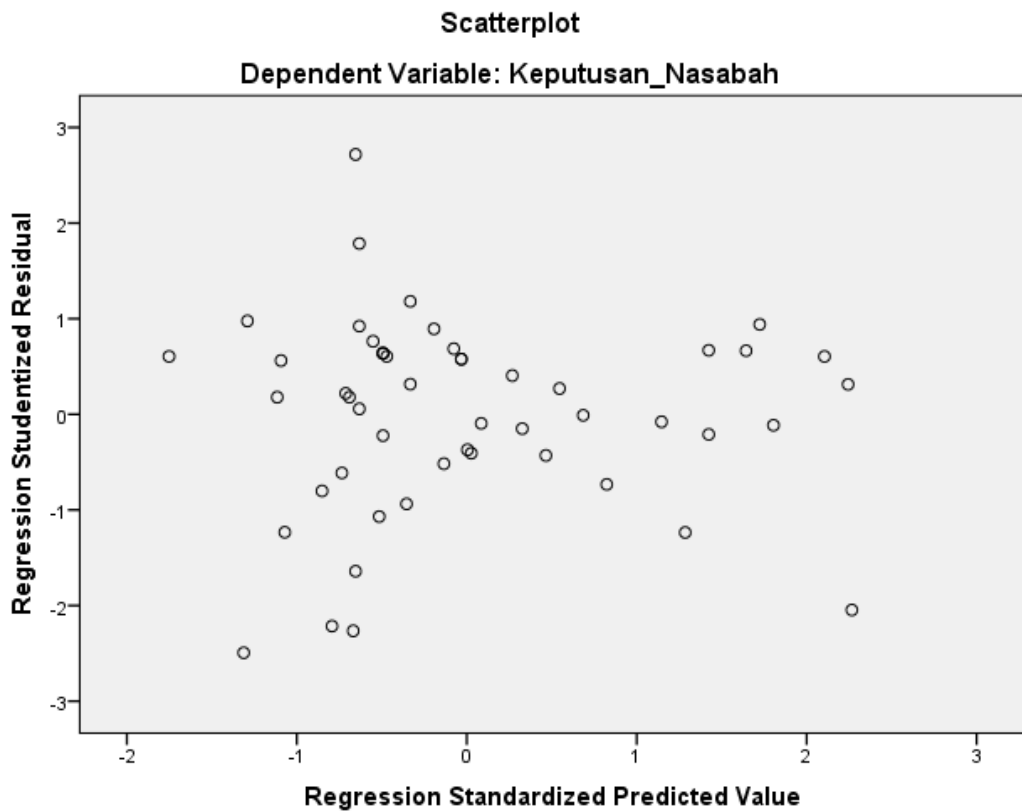
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1	(Constant)	-3,867			3,660	
	Promosi	1,402	,136	1,094	10,275	,000	,359	2,785
	Nilai_Taksiran	-,377	,152	-,264	-2,480	,017	,359	2,785

#### 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	5,615		

Promosi	-.058	.084	-.160	-.683	.498
NilaiTaksiran	-.038	.094	-.096	-.410	.684



### E. Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-3,867	3,660	
PROMOSI	1,402	,136	1,094
NILAI TAKSIRAN	-,377	,152	-,264

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

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,897 <sup>a</sup>	,804	,796	2,351



## G. Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji Regresi Parsial (t)

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-1,057	,296
Promosi	10,275	,000
NilaiTaksiran	-2,480	,017

### 2. Uji Regresi Secara Bersama-sama (F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1092,004	2	546,002	98,747	,000 <sup>b</sup>
Residual	265,407	48	5,529		
Total	1357,412	50			

Lampiran 9

Tabel untuk  $df = 1-55$

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066

<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
<b>51</b>	0.2284	<b>0.2706</b>	0.3188	0.3509	0.4393
<b>52</b>	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
<b>53</b>	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
<b>54</b>	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
<b>55</b>	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

**Lampiran 10**

**Titik Persentase Distribusi F Probabilita = 0,05**

df untuk pembilang (N2)	df untuk pembilang (N1)								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14

<b>39</b>	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13
<b>40</b>	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12
<b>41</b>	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12
<b>42</b>	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11
<b>43</b>	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11
<b>44</b>	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10
<b>45</b>	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10
<b>46</b>	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09
<b>47</b>	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09
<b>48</b>	4.04	<b>3.19</b>	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08
<b>49</b>	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08
<b>50</b>	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

**Lampiran 11**

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 51)**

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903

<b>39</b>	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
<b>40</b>	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
<b>41</b>	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
<b>42</b>	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
<b>43</b>	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
<b>44</b>	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
<b>45</b>	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
<b>46</b>	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
<b>47</b>	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
<b>48</b>	0.67964	1.29944	1.67722	<b>2.01063</b>	2.40658	2.68220	3.26891
<b>49</b>	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
<b>50</b>	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
<b>51</b>	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789

Diproduksi oleh: Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

Nomor : B-334/In.14/G.5a/PP.00.9/10/2017

Padangsidimpuan, 11 Oktober 2017

Lampiran :-

Perihal : *Pemohonan Kesediaan  
Menjadi Pembimbing Skripsi*

Yth Bapak/Ibu :

1. H. Aswadi Lubis, SE., M.Si

2. Jumi Atika, M.E.I

di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut:

Nama : Lisahroni Matondang

Nim : 13 220 0158

Jurusan : Perbankan Syariah -4

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidimpuan

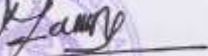
Untuk itu diharapkan kepada Bapak/Ibu agar bersedia menjadi membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan sekaligus penyempurnaan judul bila dipertukan.

Demikian disampaikan, atas kesediaan dari Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

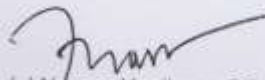
Mengetahui:

Dekan



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP. 19731128200112 1 001

Ketua Jurusan



Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si  
NIP. 19790525200604 1 004

Pernyataan Kesiediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia / ~~Tidak Bersedia~~  
Pembimbing I



H. Aswadi Lubis, SE., M.Si  
NIP.19630107 199903 1 002

Bersedia / ~~Tidak Bersedia~~  
Pembimbing II



Jumi Atika, M.E.I





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-1357/In.14/G/TL.00/10/2017  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Pra Riset

19 Oktober 2017

Yth;  
Pimpinan PT. Bank SUMUT  
Cabang Syariah Padangsidimpuan  
di-  
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 132200158  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadaai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Age  
NIP. 19731128 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telepon (0834) 22080 Faximile (0834) 24022

Nomor : B- 209 /In.14/G/TL.00/3/2018  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Riset

26 Maret 2018

Yth;  
Pimpinan PT. Bank SUMUT  
Cabang Syariah Padangsidimpuan  
di-  
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Lisahroni Matondang  
NIM : 132200158  
Semester : X (Sepuluh)  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB pada PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Pdangsidimpuan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,  
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag  
NIP.19731128 200112 1 001

**CABANG SYARIAH:**

Padang Sidimpuan

**KANTOR PUSAT**

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 415 5100 - 4515100  
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Nomor : 071/KCSy02-OPS/L/2018

Lampiran : -

P. Sidimpuan, 4 April 2018

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang

Di

Tempat

**Hal : Izin Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat Bapak No. B-209/In.14/G/TL.00/3/2018 tanggal 26 Maret 2018 hal Izin Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

1. Permohonan izin riset atas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, dengan data dibawah ini :

- Nama : Lisahroni Matondang
- NIM : 132200158
- Semester : X (Sepuluh)
- Jurusan : Perbankan Syariah
- Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Disetujui untuk melaksanakan riset di Cabang Syariah Padangsidimpuan yang dilaksanakan maksimal 3 (tiga) bulan sejak tanggal surat ini diterbitkan.

2. Selama melaksanakan riset mahasiswa tersebut dibimbing oleh Pemimpin Cabang Syariah Padangsidimpuan serta menjaga rahasia bank dan diharapkan mensosialisasikan keberadaan PT. Bank Sumut di lingkungannya.

3. Selesai penulisan Skripsi mahasiswa bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Skripsi kepada PT. Bank Sumut Syariah Padangsidimpuan.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alikim Wr. Wb,  
Pemimpin Cabang



**HILMAN SALEH DAULAY**  
NPP. 1226.260676.110804

CC : - Pertiagal

**CABANG SYARIAH:**  
Padang Sidempuan

**KANTOR PUSAT**  
Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan  
Phone : (061) 415 5100 - 4515100  
Facsimile : (061) 414 2937 - 415 2652

Nomor : 116 /KCSy02-OPS/L/2018  
Lampiran : -

P. Sidempuan, 23 Mei 2018

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan  
Jl. Tengku Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang  
Di

Tempat

**H a l : Keterangan Riset**

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat Bapak No. B-209/In.14/G/TL.00/3/2018 tanggal 26 Maret 2018 hal Izin Pra Riset, dengan ini kami sampaikan sebagai berikut :

- Nama : Lisahroni Matondang
- NIM : 132200158
- Jurusan : Perbankan Syariah
- Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
- Judul Skripsi : "Pengaruh Promosi dan Nilai Taksiran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas iB Pada PT. Bank Sumut Syariah Padangsidempuan"

Adalah benar telah melakukan riset di Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tanggal 4 April 2018 sampai dengan tanggal 04 Mei 2018.  
Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalaamu'alikim Wr. Wb,  
Pemimpin Cabang



**HILMAN SALEH DAULAY**  
NPP. 1226.260676.110804

CC : - Pertiinggal