



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN REPUTASI
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT
PELAYANAN SYARIAH SIPIROK**

SKRIPSI

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

Oleh

ARDIANSAH FAHLEPI
NIM. 13 220 0143

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP.19720313 200312 1 002

Pembimbing II

Damri Batubara, M.A

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

2018



**KEMENTERIAN AGAMA RERUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Skripsi
a.n **ARDIANSAH FAHLEPI**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 10 Oktober 2018

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Padangsidimpuan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **ARDIANSAH FAHLEPI** yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok”**.

Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasah untuk mempertanggung jawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

PEMBIMBING I

Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag
NIP. 19720313 200312 1 002

PEMBIMBING II

Damri Batubara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan22733
Telp. (0634) 22080 Fax.(0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT PELAYANAN SYARIAH SIPIROK

NAMA : ARDIANSAH FAHLEPI
NIM : 13 220 0143

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 30 November 2018

Dekan,



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

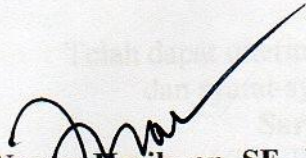


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022


DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : ARDIANSAH FAHLEPI
Nim : 13 220 0143
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT PELAYANAN SYARIAH SIPIROK


Ketua



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Sekretaris



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

Anggota


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004


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


Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003


Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Sabtu/10 Nopember 2018
Pukul : 10.00 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/74 (B)
IPK : 3,21
Predikat : Amat Baik

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ARDIANSAH FAHLEPI
NIM : 13 220 0143
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok**

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 ketidak benaran 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.

Padangsidempuan, 10 Oktober 2018
Saya yang Menyatakan,



ARDIANSAH FAHLEPI
13 220 0143

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : ARDIANSAH FAHLEPI
NIM : 13 220 0143
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan syariah
Jenis Karya : Skripsi

Dengan pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok”**. Dengan ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih/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 : 10 Oktober 2018

Yang Menyatakan,



ARDIANSAH FAHLEPI
NIM. 13 220 0143

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Syukur Alhamdulillah senantiasa dipersembahkan kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan pertolongan kepada hamba-Nya yang membutuhkan. Berkat rahmat dan pertolongan Allah SWT peneliti dapat melaksanakan penelitian ini dan menuangkannya dalam skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menuntun umat Islam ke jalan keselamatan dan kebenaran.

Untuk mengakhiri perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam dan Jurusan Perbankan Syariah. Skripsi ini berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipiok**. Dalam menyusun skripsi ini banyak kendala dan hambatan yang dihadapi oleh peneliti. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun nonmaterial, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak

Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.i., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, serta Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Bapak Drs. Kamaluddin 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, M.A selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku pembimbing I dan bapak Damri Batubara, M.A selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai serta Civitas Akademik FEBI khususnya dan IAIN Padangsidimpuan umumnya yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
6. Teristimewa kepada Ayahanda Aidil Muksin, dan ibunda alm. Murni dahlana dan ibu sambung Sahara Harahap yang selalu memberikan dukungan moral dan materil serta selalu memberi arahan dalam setiap jejak langkah peneliti. Karena ketika peneliti berada dalam kesulitan orangtua selalu ada dan selalu

menjadi yang pertama untuk menguatkan serta selalu mendoakan. Terimakasih juga kepada Adik Saya Husni Sulaiman dan Aisyah Anggini Sari dan teman teristimewa Rona Anggraini yang telah menjadi sumber motivasi bagi peneliti yang selalu memberikan do'a demi keberhasilan penulis dalam skripsi ini.

7. Buat rakan-rekan mahasiswa terutama Jurusan Perbankan Syariah 4 angkatan 2013 yang juga turut memberikan saran dan dorongan kepada peneliti, baik berupa diskusi maupun buku-buku yang berkaitan dengan penyelesaian skripsi ini. Dan juga buat keluarga KKL kelompok 31 Baringin Jaya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Buat teman-teman Edison hutapea, Imran Rosyadi, Reki Fadly, Muhammad Ilham, Muhammad Zulfahkri Amzah dan rekan-rekan lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Atas segala bantuan, bimbingan dan dukungan yang telah diberikan kepada peneliti tiada kata-kata indah yang dapat peneliti ucapkan selain do'a.

Selanjutnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT semata. Untuk peneliti selanjutnya, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan bagi pembaca secara umum.

Padangsidempuan, Oktober 2018

Penulis

ARDIANSAH FAHLEPI
NIM. 13 220 0143

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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	'a	'	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	'al	'	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
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

هـ	Ha	H	Ha
ء	hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong 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
ـــــــ /	fathah	A	A
ـــــــ /	Kasrah	I	I
ـــــــ و	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	fathahdanya	Ai	a dan i
و	fathahdanwau	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
ي...ا...ا	fathah dan alif atau ya		a dan garis atas
ي...ي	Kasrah dan ya	-	i dan garis di bawah
و...و	ḍommah dan wau		u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, 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 system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tandata sydid. 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:

ا . 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 capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang

ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital 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 capital 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.

ABSTRAK

Nama : Ardiansah Fahlepi
Nim : 13 220 0143
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah perkembangan transaksi pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016 mengalami penurunan. Salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan strategi kualitas pelayanan dan reputasi. Adapun permasalahan yang diteliti yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

Teori yang digunakan dalam penelitian adalah teori tentang loyalitas nasabah, teori tentang kualitas pelayanan, dan teori tentang reputasi. Secara umum penelitian ini banyak bersinggungan dengan teori-teori dalam ilmu manajemen pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), signifikansi parsial (uji-t) dan uji signifikansi simultan (uji F). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 94 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling* atau sampel kebetulan. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal tersebut diperoleh dari uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai R square sebesar 0,51 artinya 51% pengaruh yang signifikan variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 49% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan memiliki terhadap loyalitas nasabah, yang dibuktikan dengan nilai bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,290$) atau H_{a1} diterima. Pada variabel reputasi secara parsial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,953 > 1,290$) H_{a2} diterima. Hasil penelitian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($47,270 > 2,36$) maka H_{a3} diterima.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, reputasi, dan loyalitas nasabah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MANAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Definisi Operasional Variabel	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. KerangkaTeori	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	11
1) Kualitas Pelayanan	11
2) Sikap- sikap untuk melayani	12
3) Kualitas Pelayanan menurut perpekstif islam	13
4) Indikator Kualitas Pelayanan	14

b. Reputasi.....	17
a) Pengertian Reputasi	17
b) Penyebab Menurunnya reputasi.....	20
c) Langkah-langkah dalam menjaga reputasi	21
c. Loyalitas.....	21
1) Pengertian Loyalitas	21
2) Karakteristik Loyalitas Nasabah	22
3) Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah	23
4) Tingkat Hubungan dengan Pelanggan.....	24
d. Nasabah	25
1) Pengertian Nasabah	25
B. Penelitian Terdahulu	26
C. KerangkaPikir	28
D. Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	30
B. Jenis Penelitian	30
C. Populasi DanSampel.....	30
a. Populasi	30
b. Sampel	31
D. Sumber Data	32
E. Instrument Pengumpulan Data	32
1. Angket	33
2. Sistem Wawancara.....	35
3. Observasi	35
F. Analisa Data	36
1. Uji Validitas dan Realibilitas	36
2. Uji Normalitas	37
3. Uji Linearitas	37
4. Uji Asumsi Klasik	38
5. Uji Autokolerasi	39
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
7. Uji Koefisien Determinasi	40
8. Uji Hipotesis	41
a. Uji Signifikan Parsial (uji t).....	41
b. Uji Koefisien regresi secara simultan	42

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
--	----

1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Syariah	43
2. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok	45
3. Tujuan Pegadaian Syariah	45
4. Visi dan Misi	46
B. Analisis Hasil Penelitian.....	47
1. Uji Validitas dan reliabilitas	47
2. Uji Normalitas	50
3. Uji Linearitas	51
4. Pengujian Asumsi Klasik.....	53
a) Uji Multikolinearitas.....	53
b) Uji Autokolerasi.....	54
c) Uji Heteroskedastisitas	54
5. Analisis Regresi Linear Berganda	56
6. Uji Koefisien Determinasi	57
7. Uji Hipotesis	58
b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	58
c. Uji Koefisien Regresi Simultan.....	59
C. Analisis Hasil Penelitian.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Perkembangan jumlah Nasabah Tahun 2014-2017 PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.....	3
Tabel 1.2 : Definisi Operasional Variabel	7
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 : Kisi-kisi Angket Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel 3.2 : Kisi-kisi Angket Reputasi Nasabah	35
Tabel 3.3 : Kisi-kisi Angket Loyalitas Nasabah.....	35
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Reputasi Perusahaan.....	49
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah	49
Tabel 4.4 : Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.5 : Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4.6 : Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah	52
Tabel 4.7 : Hasil Uji Linearitas Variabel Reputasi dengan Loyalitas Nasabah	52
Tabel 4.8 : Hasil Uji Autokolerasi.....	53
Tabel 4.9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.10 : Hasil Analisis Regresi Linear berganda	55
Tabel 4.11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel 4.12 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	58
Tabel 4.13 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Kerangka Pikir.....	28
Gambar 4.1: Struktur Organisasi.....	44

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pegadaian adalah lembaga pembiayaan atau perkreditan dengan sistem gadai. Perum pegadaian saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk penyaluran kredit atas dasar hukum gadai.¹ Perusahaan umum (Perum) Pegadaian juga merupakan suatu lembaga keuangan nonbank yang termasuk dalam klasifikasi perantara investasi (*investment intermediary*).² Tugas pokok Perum Pegadaian adalah menjembatani kebutuhan dana masyarakat dengan pemberian uang pinjaman berdasarkan hukum gadai.

Dalam menjalankan usahanya PT. Pegadaian Syariah melayani kelompok pasar pelanggan atau disebut nasabah. Rata-rata nasabah PT. Pegadaian Syariah berasal dari golongan ekonomi menengah ke bawah. Walaupun sekarang sudah mulai bergeser ke golongan ekonomi menengah ke atas. Tingkat pendidikan mereka bervariasi, berasal dari daerah sekitar lokasi kantor PT. Pegadaian Syariah dan kebanyakan berjenis wanita. Alasan mereka memilih PT. Pegadaian Syariah dibanding lembaga yang lain bermacam-macam tergantung bagaimana persepsi mereka terhadap PT. Pegadaian Syariah itu sendiri.

¹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 388

²Ktut Sylvania, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, (PT. Gelora Aksara Patama, 2009), hlm. 64

Setiap nasabah yang datang ke PT. Pegadaian Syariah menginginkan pelayanan yang memuaskan. Jumlah nasabah yang sangat banyak dengan sikap dan sifat yang berbeda serta tingkat pendidikan yang bervariasi menimbulkan kesulitan dalam upaya mewujudkan suatu sistem pelayanan yang memuaskan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi petunjuk arah, pendorong dan motivasi untuk menciptakan langkah kreatif dan inovatif sehingga kepuasan akan dapat diketahui jika nasabah telah memanfaatkan jasa layanan perusahaan.³

Mengembangkan nasabah supaya lebih setia, berarti meningkatkan penerimaan perusahaan. Akan tetapi, perusahaan harus mengeluarkan lebih banyak biaya untuk membentuk kesetiaan nasabah yang lebih besar, guna untuk mengembangkan hubungan pada nasabah.

Akan tetapi, jika di pandang lebih jauh, terlihat bahwa nasabah yang terbesar tidaklah selalu memberikan laba yang besar bagi perusahaan. Nasabah terbesar menuntut banyak pelayanan, dan potongan harga yang lebih besar sehingga mengurangi laba perusahaan.⁴

Keluhan-keluhan tersebut akan selalu ada bila tidak ada perbaikan dalam pelayanan jasa gadai itu sendiri. Akibat lebih jauh, nasabah akan lari ke pesaing PT. Pegadaian Syariah yang lebih baik dalam melayani pelanggannya yaitu lari ke lembaga perbankan (Bank Syariah) ataupun lembaga keuangan non bank yang lain seperti toko emas maupun gadai gelap. Larinya nasabah ke pihak lain akan menyebabkan menurunnya omzet kredit dan ini adalah awal hancurnya perusahaan.

³Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang, UIN Maliki, 2010), hlm. 60.

⁴Herry Sutanto dan Khairul Umam, *Manajemen Perusahaan Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 289.

PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok yang merupakan salah satu bagian dari PT. Pegadaian Syariah Cabang Alaman Bolak Kota Padangsidimpuan juga memiliki tugas dan misi yang sama untuk membesarkan perusahaan dan melayani masyarakat sebaik mungkin. Adapun perkembangan jumlah nasabah dan transaksi PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah dan Transaksi PT. Pegadaian Syariah
Unit Pelayanan Syariah Sipirok tahun 2014 – 2017

Tahun	Jumlah Nasabah	Jumlah Transaksi
2014	300	6409
2015	370	7492
2016	430	7437
2017	440	7470

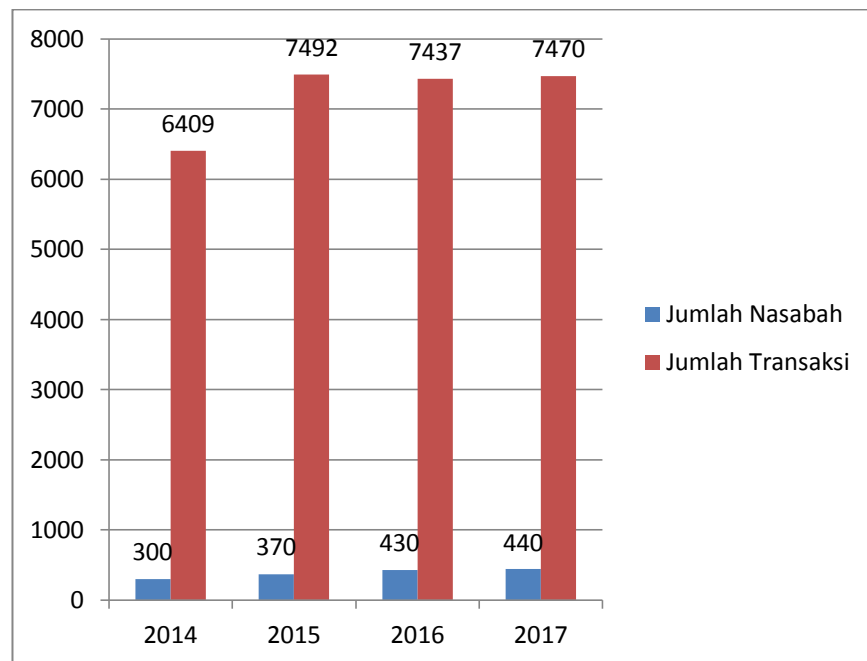
Sumber: PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok tahun 2014 – 2017

Berdasarkan tabel tersebut jumlah nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2014 mencapai 300 nasabah dan 6409 transaksi, kemudian pada tahun 2015 mengalami peningkatan mencapai 370 nasabah 7492 transaksi, dan pada tahun 2016 jumlah nasabah mengalami peningkatan 430 nasabah, akan tetapi jumlah transaksinya mengalami penurunan 7437 transaksi. Kemudian pada tahun 2017 jumlah nasabah mengalami peningkatan lagi mencapai 440 nasabah dan 7470 transaksi.

Menurut Kasmir “Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pemberian pelayanan secara excellent atau superior selalu difokuskan pada harapan konsumen. Apabila jasa yang diterima oleh nasabah sesuai

dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan.

Kemudian, kita bisa melihat bagaimana perkembangan jumlah nasabah dan transaksi yang ada pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok dengan sebuah grafik dibawah ini:



Dengan data jumlah nasabah di atas dapat dilihat tingkat kenaikan jumlah nasabah tahun 2016 mengalami peningkatan dibanding dengan tahun 2015 sebanyak 60 nasabah. Akan tetapi transaksi pada tahun 2016 mengalami penurunan dibanding tahun 2015 sebanyak 55 transaksi. Hal ini seharusnya menjadikan PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok lebih aktif dalam menyusun strategi bisnis dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah.

Menurut Herry Sutanto:

Loyalitas (oliver) adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, walaupun situasi mempengaruhi dan usaha-

usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.⁵

Salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas nasabah adalah dengan strategi kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor penting dalam usaha menciptakan loyalitas pelanggan. Layanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila layanan yang diberikan suatu perusahaan dapat memuaskan para pelanggannya. Oleh karena itu, suatu kualitas pelayanan dapat dikatakan bermutu jika membuat pelanggannya merasa puas terhadap pelayanan yang telah diberikan perusahaan sehingga secara langsung dapat membuat konsumen menjadi loyal dan akan tetap setia terhadap perusahaan.

Guna meningkatkan loyalitas nasabah perusahaan tidak hanya melakukan strategi meningkatkan kualitas pelayanan tetapi perusahaan juga perlu meningkatkan reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan yang baik akan berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan, seperti: peningkatan kepercayaan pelanggan, peningkatan penjualan, dan lain-lain. Sebaliknya bila reputasi suatu perusahaan dikenal tidak baik atau buruk, maka bisa menjadi masalah bagi perusahaan dan kemungkinan bisa menyebabkan perusahaan tersebut kehilangan konsumennya. Atau dengan kata lain, berkurangnya kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut dan beralih kepada produk perusahaan lain.

Dengan demikian, dapat dikaitkan bahwa reputasi merupakan faktor yang penting bagi perusahaan untuk mendapatkan dan mempertahankan bisnis.

⁵Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2103), hlm. 83

Reputasi yang baik akan menghindari konsumen untuk berpindah ke perusahaan pesaing, sedangkan reputasi yang buruk bisa mengakibatkan perusahaan menjadi semakin terpuruk.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melihat apakah kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah sehingga penulis mengambil judul mengenai “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Jumlah nasabah yang sangat banyak dengan sikap dan sifat yang berbeda menimbulkan kesulitan dalam upaya mewujudkan suatu sistem pelayanan yang memuaskan nasabah.
2. Meskipun jumlah nasabah setiap tahunnya mengalami peningkatan, transaksi pada tahun 2016 mengalami penurunan.
3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.
4. Reputasi yang baik akan menghindari konsumen untuk berpindah ke perusahaan pesaing, sedangkan reputasi yang buruk bisa mengakibatkan perusahaan menjadi semakin terpuruk

C. Batasan Masalah

Membahas lebih lanjut dari Latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka peneliti membuat sikap untuk membatasi masalah

yang akan diteliti dengan harapan agar lebih fokus dan lebih mendalam membahasnya. Hal ini juga disebabkan batasan ilmu dan kapasitas keuangan serta batasan masalah juga dibutuhkan untuk dapat membahas inti penelitian maka peneliti hanya membahas mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapiro”. ”.

D. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.2
Operasional variable

Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1) Adalah pelayanan yang diharapkan oleh nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti langsung (<i>Tangible</i>) 2. Keandalan (<i>Reability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiviness</i>) 4. Empati (<i>Emphaty</i>) 5. Jaminan (<i>Assurance</i>) 	Likert
Reputasi Perusahaan (X2) .Adalah pandangan atas perusahaan oleh orang-orang baik yang berada di dalam maupun di luar perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetensi 2. Kredibilitas 3. Nama baik 	Likert
Loyalitas Nasabah (Y) Adalah komitmen nasabah terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian yang konsisten.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya transaksi berulang 2. Menggunakan jasa lain yang ditawarkan 3. Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 	Likert

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook?
2. Apakah ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook?
3. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah rincian di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk memperoleh gambaran empiris mengenai beberapa hal yakni:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook.
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook.
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook.

G. Kegunaan Penelitian

Peneliti ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti yaitu untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis dalam penelitian.
2. Sebagai referensi tambahan bagi peneliti selanjutnya khususnya yang membahas hal yang sama dengan judul penelitian ini.
3. Penelitian ini juga diharapkan berguna bagi IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bagi pihak PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok. Sebagai wadah memberikan masukan kepada pihak Pegadaian dalam upaya meningkatkan kinerja operasional dan pelayanannya secara lebih baik.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran tentang pembahasan yang lebih rinci dan sistematis, maka pembahasan dapat dibagi atas:

Bab I pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II akan dipaparkan mengenai landasan teori yang terdiri dari kualitas pelayanan, reputasi, loyalitas nasabah, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III tentang metodologi penelitian yaitu lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, uji validitas, reliabilitas dan analisis data.

Bab IV analisis data yang berisikan hasil penelitian yang terdiri dari nasabah, deskripsi hasil penelitian, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian

Bab V penutup yaitu kesimpulan dan saran-saran hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi nasabah. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang hemat, ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang lebih pendek, kesempurnaan pelayanan, serta kemampuan menimbulkan kesenangan dan perasaan nyaman pada pelanggan.¹

Menurut Philip Kotler dalam buku H. Malayu “Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.²

Menurut Kasmir “Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”.³

¹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 103.

²Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

³Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 15.

Pemberian pelayanan secara excellent atau superior selalu difokuskan pada harapan konsumen. Apabila jasa yang diterima oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal (*excellent service*). Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataannya kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan dikatakan memuaskan.

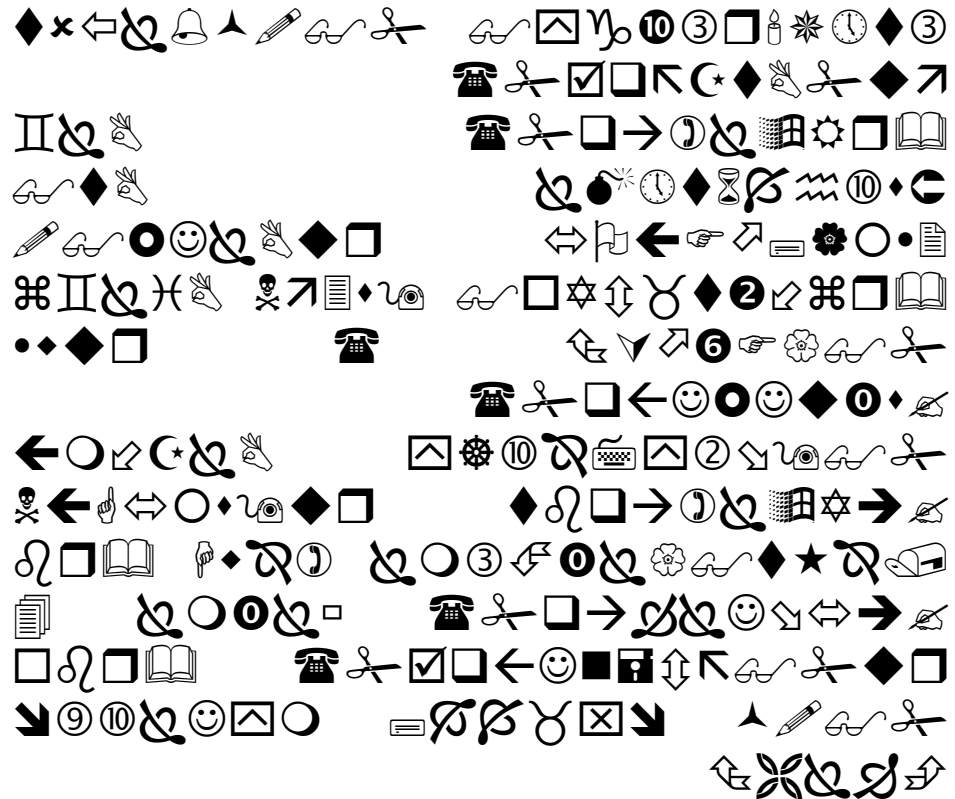
2) Sikap-sikap untuk melayani

Menurut kasmir sikap-sikap yang terdapat untuk melayani nasabah ada beberapa macam yaitu:

- a) Beri kesempatan nasabah berbicara untuk mengemukakan keinginannya.
- b) Dengarkan baik-baik
- c) Jangan menyela pembicaraan sebelum nasabah selesai berbicara
- d) Ajukan pertanyaan setelah nasabah selesai berbicara
- e) Jangan marah dan mudah tersinggung
- f) Jangan mendebat nasabah

3) Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam al-Quran surah al-Baqarah ayat 267:



Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.⁴

Berdasarkan ayat di atas bahwa pentingnya memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas sehingga seorang nasabah akan menunjukkan

⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan terjemahannya Al-Baqarah ayat 267*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro), hlm. 35

loyalitasnya. Salah satu dimensi pelayanan adalah berwujud atau bukti fisik yaitu berupa fasilitas, peralatan teknologi dan lainnya.

4) Indikator Kualitas Pelayanan

Ada empat faktor dominan atau penentu kualitas jasa disingkat dengan *TERA* yaitu sebagai berikut:⁵

- a) *Tangible* (Berwujud) jasa yang dapat dilihat oleh nasabah berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik dan terawat.
- b) *Empathy* (empati) kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan nasabah yang loyal.
- c) *Responsiveness* (cepat tanggap) kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari nasabah.
- d) *Reliability* (keandalan) kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.

⁵M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV. Alfabeta 2012), hlm. 197.

e) *Assurance* (kepastian) berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada nasabah.⁶

Berdasarkan yang dikemukakan diatas, diharapkan akan memberi kepuasan kepada konsumen. Kepuasan adalah fungsi dari kinerja dan ekspektasi/harapan.

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap yang terbaik di mata nasabahnya. Nasabah pada intinya diberikan pelayanan yang terbaik. Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik, yaitu:⁷

a. Tersedia sarana dan prasarana yang baik

Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan.

b. Tersedia karyawan yang baik

Petugas *customer service* harus mampu mengikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik.

c. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Petugas *customer service* harus mampu melayani nasabah dari sampai tuntas atau selesai.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

⁶*Ibid.*, hlm. 198

⁷Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 186.

Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan.

- e. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Petugas *customer service* harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu agar dapat menghadapi nasabah dengan mudah.

- f. Berusaha memahami kebutuhan nasabah

Customer service harus cepat tanggap apa yang diinginkan nasabah. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

- g. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan.

- h. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia nasabah. Oleh karena itu, petugas *customer service* harus mampu menjaga rahasia nasabah terhadap siapapun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan nasabah kepada perusahaan.

Dalam menjaga kualitas pelayanan yang baik, maka perlu mengacu pada aturan main bisnis islam dalam melakukan usahanya, yaitu:⁸

⁸Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam* (Semarang: Wali Songo Press,2009), hlm. 153.

- a. Jujur, seorang pebisnis wajib berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Jujur dalam pengertian yang lebih luas tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ngada fakta, tidak berkhianat, serta tidak pernah ingkar janji dan lain sebagainya.
- b. *Amanah* (tanggung jawab), seorang muslim profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Dalam menjalankan roda bisnisnya, setiap pebisnis harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan atau jabatan yang telah dipilihnya tersebut.
- c. Tidak menipu, praktek bisnis dan dagang yang sangat mulia diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu. Dalam menjalankan bisnisnya seorang *marketing* harus menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan tidak harus berbohong dan menipu pelanggan.
- d. Menepati janji, sebagai seorang pebisnis ataupun pedagang juga harus selalu menepati janjinya baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis,
- e. Murah hati, apa yang telah dijalankan Rasulullah SAW dalam menjalankan bisnisnya patut ditiru oleh setiap kaum muslimin yang berpropesi sebagai pebisnis.
- f. Tidak melupakan akhirat, pebisnis muslim sekali-kali tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

Karena keuntungan akhirat pasti lebih utama dibanding keuntungan dunia.

b. Reputasi Perusahaan

a. Pengertian Reputasi

Reputasi perusahaan merupakan salah unsur terpenting dalam dunia bisnis sebab baik buruk dalam reputasi perusahaan merupakan indikator penting dari keberhasilan perusahaan tersebut. Reputasi perusahaan memang suatu yang kompleks, namun jika dikelola dengan baik akan sangat berharga.

Reputasi merupakan akumulasi dari corporate image secara lintas kelompok antar stakeholders maupun dalam lintasan waktu (*over the time*).⁹

Dalam sebuah survei, seperti dimuat dalam *Coorpate Reputation watch 2002*, ada tiga penyebab yang dipandang sebagai ancaman terhadap reputasi. Pertama, kritik terhadap perusahaan atau produk yang disampaikan melalui media cetak atau media penyiaran. Kedua, bencana yang mengganggu produksi, dan ketiga, tuduhan dari kelompok-kelompok kepentingan atau pelanggan tentang keamanan produk¹⁰. Dari ketiga sebab tersebut, kritik melalui media adalah yang dipandang sebagai ancaman utama terhadap reputasi. Reputasi pada dasarnya nama baik. Semua orang membutuhkan nama baik. Semua

⁹Soleh Soemirat, dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), hlm. 85.

¹⁰Yosal Iriantara, *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik* (Bndung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm. 101.

organisasi membutuhkan nama baik. Sebuah perusahaan membutuhkan nama baik. Karena nama baik itulah mereka dipercaya oleh orang-orang, organisasi atau perusahaan lain, itu sebabnya reputasi selalu terkait dengan kepercayaan.

Mengutip definisi reputasi yang dibuat Gaotsi dan Wilson yakni “evaluasi semua stakeholder terhadap organisasi sepanjang waktu yang didasarkan atas pengalaman stakeholder tersebut dengan organisasi.” Sepintas reputasi itu mirip dengan citra. Namun citra umumnya berkenaan dengan pandangan pihak luar terhadap organisasi. Sedangkan reputasi adalah penilaian stakeholder, artinya pihak internal dan pihak eksternal organisasi. Pandangan internal terhadap organisasi merupakan identitas organisasi. Dengan begitu dalam reputasi ada paduan antara identitas dan citra organisasi.

Berdasarkan pengalaman 100 persen perusahaan terkemuka di Amerika Serikat dalam mengelola reputasinya diketahui ada lima faktor yang mempengaruhinya, yaitu:

- a. Keberadaan (*being*)
- b. Tindakan (*doing*)
- c. Berkomunikasi (*communicating*)
- d. Mendengarkan (*listening*)
- e. Melihat (*seeing*)

Kelima faktor di atas menunjukkan bentuk tindakan. Organisasi perlu melakukan tindakan yang terencana dan terkelola dengan baik

untuk membangun kesan dimata stakeholdernya. Dengan demikian, maka kepercayaan satkeholder terhadap organisasi bisa terjaga.¹¹

Kemudian adapula tujuan-tujuan yang terbantu pencapaiannya dengan reputasi itu adalah peningkatan penjualan, mendorong transaksi dan prakarsa starategis, perekrutan pegawai baru dan membuat peawai merasa betah bekerja dan mempertinggi harga saham perusahaan.

b. Penyebab menurunnya reputasi

Reputasi, sebagai aset organisasi bisa meningkat bisa pula menurun. Ada 7 sebab yang dianggap dapat menurunkan atau merusak reputasi organisasi, yaitu:

- a. Kritik terhadap perusahaan/ produk yang dilakukan media cetak/ penyiaran.
- b. Perilaku tidak etis perusahaan
- c. Bencana yang menghentikan produksi
- d. Tuduhan atau putusan pengadilan
- e. Tuduhan dari kelompok-kelompok kepentingan atau pelanggan atas keamanan produk
- f. Tuduhan dari pejabat pemerintah atas keamanan produk
- g. Kritik atas perusahaan/ produk di internet

Sedangkan penyebab naiknya reputasi yaitu kemampuan berkomunikasi, inovasi dan nilai SDM¹²

¹¹*Ibid.*, hlm. 102.

¹²*Ibid.*, hlm. 103.

faktor-faktor yang dianggap penting untuk mendongkrak reputasi, yaitu:

- a. Kompetensi
- b. Kredibilitas
- c. Nama baik.¹³

c. Langkah-langkah dalam menjaga reputasi

Langkah-langkah praktis dalam menjaga reputasi

- a. Penelitian untuk mengetahui persepsi dan sikap khalayak
- b. Membangun konsensus tentang nilai dasar dan tujuan organisasi antara manajemen dan karyawan
- c. Mengidentifikasi janji penjualan yang unik dan pesan yang bisa memperkuat USP
- d. Iklan, MR, materi untuk investor, siaran pers dan program filantropis organisasi dijalankan bersama-sama untuk menyebarluaskan pesan yang konsisten dan konferensif.¹⁴

c. Loyalitas

1) Pengertian Loyalitas

Menurut Jiil Griffin loyalitas adalah perilaku nasabah dalam melakukan pembelian kembali dan bagaimana pelanggan dalam mengekspresikan produk yang dipakainya dan perilaku lain yang

¹³*Ibid.*, hlm. 105.

¹⁴<http://www.Duniapublicrelations.com/2017/01/media-relations-manajemen-reputasi> (diunggah pada 9/03/2018).

menggambarkan reaksi pelanggan atas produk yang telah digunakan atau dirasakan.¹⁵

Loyalitas adalah tentang persentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian pertama.¹⁶

Berdasarkan pengetahuan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas adalah rasa kesetiaan. Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karenahal berupa uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanp ada batas waktu.

2) Karakteristik Loyalitas Nasabah

Karakteristik loyalitas nasabah dapat diukur dengan cara antara lain:¹⁷

a) Transaksi berulang

Adanya sebuah tindak lanjut untuk melakukan transaksi berulang atau rutin ditempat yang sama.

b) Merekomendasikan kepada oerang lain

¹⁵Jill Griffin, *Customer Loyalty*, (Jakarta: Erlangga, 2005) hlm. 23.

¹⁶Nina Rahmayanti, *manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 13.

¹⁷ Philip Kotker, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), hlm. 54.

Adanya kenyamanan dan kepuasan tersendiri yang dapat dirasakan maka seseorang akan merekomendasikan pemberitaan tentang apa yang dirasakannya tersebut kepada orang lain.

c) Menggunkan jasa lain yang ditawarkan

Kepuasan yan dirasakannya pada suatu jasa, maka akan ada dorongan untuk mencoba tawaran jasa lain yang tersedia ditempat tersebut.

d) Tidak terpengaruh tawaran dari pesaing

Tidak akan mudah tergiur oleh tawaran dari produk sejenis pesaing, karena sudah terbentuk kenyamanan dalam diri selama mengkonsumsi jasa ditempat tersebut.

3) Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah

Kajian-kajian loyalitas pelanggan sejauh ini dapat dibagi menjadi tiga kategori: pendekatan perilaku, pendekatan sikap, dan pendekatan terintegrasi.¹⁸ Pendekatan perilaku berfokus pada perilaku konsumen pembelian dan mengukur loyalitas berdasarkan tingkat pembelian (frekuensi dan kemungkinan membeli rugi). Pendekatan sikap menyimpulkan loyalitas pelanggan dari aspek keterlibatan psikologis, favoritisme, pada jasa tertentu. Sementara itu pendekatan terintegrasi mengobinasikan dua variabel untuk menciptakan sendiri konsep loyalitas pelanggan.

¹⁸Rambat Lupioyadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm. 195

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah:¹⁹

a. Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan sebagai perasaan suka atau tidak seseorang terhadap suatu produk setelah ia membandingkan prestasi produk tersebut dengan harpanya.

b. Kualitas jasa atau pelayanan

Salah satu faktor penting yang membuat pelanggan puas adalah kualitas jasa. Kualitas jasa ini mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

c. Citra

Citra didefinisikan sebagai seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

d. Rintangan untuk berpindah

Besar kecilnya rintangan berpindah juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

4) Tingkat Hubungan dengan pelanggan

Terdapatnya lima tingkat hubungan dengan pelanggan atau nasabah, yaitu:²⁰

- a) Biasa, perusahaan menjual produk namun tidak menghubungi pelanggan atau nasabah lagi.

¹⁹ Sadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ugaran Semarang” (Tesis, Universitas Diponegoro Semarang,2009), hlm.4

²⁰Jill Griffin, *Costumer Loyalty Menumbuhkan & Mempertahankan kesetiaan Pelanggan*, (Jakarta: Erlangga,2005), Hlm. 53.

- b) Reaktif, perusahaan atau bank menjual produk dan meminta pelanggan atau nasabah menghubunginya lagi.
- c) Bertanggung jawab, berusaha atau pihak bank menghubungi pelanggan atau nasabah segera setelah penjualan untuk menanyakan apakah produk atau jasa memenuhi harapan nasabah atau tidak.
- d) Proaktif perusahaan menghubungi pelanggan atau nasabah dari waktu ke waktu dengan saran untuk meningkatkan penggunaan produk.
- e) Kemitraan, perusahaan terus bekerja sama dengan pelanggan atau nasabah untuk mencapai penghematan bagi pelanggan atau membantu pelanggan atau nasabah bekerja lebih baik.

d. Nasabah

1) Pengertian Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang bisa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.²¹

Nasabah debitur adalah pihak yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk

²¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 189.

simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.²²

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, reputasi dan loyalitas.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti	Judul penelitian	Variabel penelitian	Hasil penelitian
1	Mohammad Iman Fahrian	Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas nasabah Bank BNI 46 Malang (studi pada nasabah BNI 46 Malang Kantor Cabang Pembantu Universitas Negeri Padang)	Kualitas Peayanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisinkualita s pelayanan jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Dari kelima variabel tersebut

²²Dwi Suyikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, (Jakarta: ISBN, 2009), hlm. 184.

				variabel keandalan dan jaminan mempunyai pengaruh paling kecil. Hal ini dapat dilihat dari hasil signifikasinya yang hanya sebesar 0,49 untuk variabel keandalan dan 0,47 untuk variabel jaminan.
2	Elisa fitri Nst	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank SUMUT Cabang Syariah Padangsidempuan	Kualitas layanan (X) dan Kepuasan Nasabah (Y)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah.

3	Anis Dewi Lestari	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah mandiri	Kualitas pelayanan (X) dan loyalitas Nasabah (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah diperoleh t hitung 22,594 > t 29 tabel 1,986 dengan tingkat signifikan sebesar 0,0006
4	Rofifah Mau'idzah Hassanah	Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas nasabah peengguna internet banking	Pengaruh Reputasi (Variabel Independen) dan Loyalitas Nasabah (Variabel Dependen)	Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh reputasi terhadap loyalitas nasabah.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menentukan pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas perusahaan pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

Persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode analisis data kuantitatif dan terdapat salah satu variabel yang sama. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu penelitian terdahulu hanya menggunakan dua variabel

yaitu X dan Y sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu X_1 , X_2 dan Y. Perbedaan lainnya adalah lokasi tempat penelitian yang berbeda.

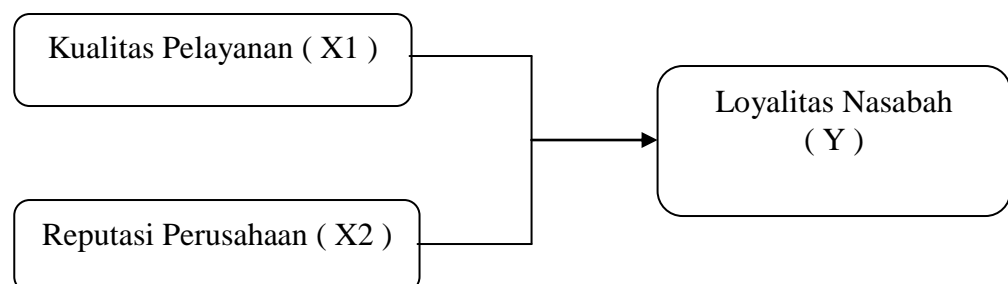
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Inilah yang disebut *logical construct*.

Didalam kerangka berpikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan dan menunjuk perspektif terhadap masalah penelitian. Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan reputasi terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah.

Adapun kerangka pikir peneliti dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara (belum tentu teruji) yang rumusannya dapat didasarkan pada observasi pendahuluan, teori, atau penelitian terdahulu, yang harus diuji dengan alat analisa yang akan digunakan.²³ berdasarkan landasan teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: .

H_{a1} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok

H_{a2} : Terdapat pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok

H_{a3} :Terdapat pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

²³M. Hariwijaya dan Bisri M. Djaelani, *TekhnikMenulis Skripsi dan Thesis*, (Yogyakarta: Hanggar Kreator, 2004), hlm. 7.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok yang berlokasi di Jalan Merdeka Kelurahan Pasar Sipirok. Waktu penelitian ini dilakukan dari Maret 2018 sampai dengan oktober.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yang bekerja dengan angkanya berwujud bilangan (skor atau nilai, pringatan atau frekuensi), di analisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pada kenyataannya populasi itu adalah sekumpulan kasus yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.² Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok yang berjumlah 1.540.

¹Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*(Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2003), hlm. 13.

²Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm. 53-54.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang ingin di teliti. Selain itu sampel juga bisa disebut sebagian dari objek yang akan di teliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan objek (populasi) yang ingin diteliti.³ Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteiluti.⁴ Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian. Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).⁵

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10%, adalah:

Perhitungannya:

$$n = \frac{1540}{1+1540(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1540}{16,4}$$

$$n = 93,90 \text{ dibulatkan } 94 \text{ Nasabah}$$

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel

³Rosadi Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 51.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

⁵Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), hlm. 137.

berdasarkan kebetulan dijumpai atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu.⁶

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer, dan juga data skunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumber asli dilapangan. Untuk penelitian ini data bersumber dari nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan.⁷

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen dalam penelitian ini sangat penting sebab instrumen yang baik dapat menjamin pengambilan data akurat. Hal ini sejalan dengan pendapat Suharsimi Arikunto yang mengatakan bahwa instrumen adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.⁸

⁶Rosadi Ruslan, *Op. Cit.*, hlm.156

⁷*Ibid.*, hlm. 30.

⁸Margono, *Metodologi Penelitian* (Semarang: Rineka Cipta, 1996), hlm. 160.

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Angket

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan tersebut.⁹ Kuesioner (angket) juga merupakan sebuah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadinya atau hal-hal yang diketahui.¹⁰ Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Angket ini diberikan kepada responden yaitu nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok. Dalam angket ini peneliti mengajukan pertanyaan tertulis dengan mengajukan alternatif jawaban kepada responden untuk penelitian ini. Angket ini menggunakan skala *likert* yaitu skala yang digunakan para peneliti untuk mengukur persepsi atau sikap seseorang. Untuk menskor angket dengan skala *likert* ini, setiap jawaban diberi bobot atau disamakan dengan nilai 1 sampai 5 untuk lima pernyataan positif. Angket ini merupakan angket tertutup karena angket ini disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memberi salah satu jawaban yang sesuai dengan

⁹Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

¹⁰Bambang Prasetyo, *Op. Cit.*, hlm. 110.

karakteristik dirinya dengan cara memberi tanda silang atau tanda centang. 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

S : setuju

STS : Sangat Tidak Setuju¹¹

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 Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
1	Kualitas Pelayanan	1. Bukti Langsung	1 dan 2
		2. Keandalan	5 dan 9
		3. Daya Tanggap	7 dan 8
		4. Empati	4 dan 6
		5. Jaminan	3 dan 10
Jumlah			10

¹¹Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 88.

Tabel 3.2
Kisi-kisi Angket Reputasi Perusahaan

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
2	Reputasi Perusahaan	1. Kompetensi	1 dan 4
		2. Kredibilitas	2 dan 6
		3. Nama Baik	3 dan 5
Jumlah			6

Tabel 3.3
Kisi-kisi Angket Loyalitas Nasabah

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal
3	Loyalitas Nasabah	1. Adanya Transaksi Berulang	6 dan 8
		2. Menggunakan Jasa Lain yang di Tawarkan	1 dan 2
		3. Tidak Terpengaruh Tawaran dari Peasing	5 dan 7
		4. Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain	3 dan 4
Jumlah			8

2. Sistem Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan ini dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu¹².

3. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara yaitu dengan pengamatan secara langsung pada objek yang diteliti.

¹²Lexy J.Moleong, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,1999), hlm. 135.

F. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 22 sebagai berikut:

1. Uji validitas dan uji realibilitas

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.¹³

a) Uji validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa saja.¹⁴ Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur dan sebagai acuan apakah data yang digunakan valid atau tidak, dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,1, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda

¹³Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013)hlm. 172.

¹⁴Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*(Yogyakarta: Mediakom, 2008), hal. 16-17.

dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.¹⁵ Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,600.

2. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi lebih besar dari 10 persen atau 0,1.

Apabila $\text{sig} > 0,1$ maka distribusi data bersifat normal.

Apabila $\text{sig} < 0,1$ maka distribusi data tidak normal.

3. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dengan variabel dependen.¹⁶ Jika nilai $\text{Sig.} > 0,1$ maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai $\text{Sig.} < 0,1$ maka dinyatakan tidak linier.

¹⁵Mudrajat Kuncoro, *Op.,Cit.*, hlm. 175.

¹⁶Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

4. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Pada penelitian ini digunakan metode VIF atau dengan melihat nilai *inflation factor* pada model regresi. Menurut Gozali cara untuk mengetahui ada atau tidak gejala multi kolinearitas dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan *tolerance* $> 0,1$ maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹⁷

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *heteroskedastisitas*, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.¹⁸ Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode korelasi *Spearman's rho* dengan mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,01 dengan uji 2 sisi. Jika Korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi lebih dari

¹⁷Duwi Priyatno, *SPSS22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014) hlm. 113.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 42.

0,01 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.¹⁹

5. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik *autokorelasi*, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan lain pada model regresi.²⁰ Prasyarat yang harus dipenuhi adalah tidak adanya *autokorelasi* dalam model regresi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *Durbin-Watson (DW-test)* dengan ukuran pengambilan keputusannya adalah berdasarkan dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autoikorelasi.

Jika $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

Jika $DL < DW < DU$ atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu suatu model yang digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah

¹⁹*Ibid.*, hlm. 108

²⁰*Ibid.*, hlm.106

variabel independennya minimal 2.²¹ Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X_1), Reputasi Perusahaan (X_2), Loyalitas Nasabah (Y).

Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = a + b_1Kl + b_2Rp + e$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas Nasabah
- a : Konstanta
- b_1, b_2 : Koefisien Regresi linear berganda
- Kl : Pelayanan
- Rr : Reputasi Perusahaan
- e : *error*

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Ketentuannya adalah jika R^2 sama dengan nol, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai *Adjust* R^2 sama dengan satu, maka

²¹Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 199.

persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah satu persen.²²

Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik.²³

Adjusted R Square adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi.²⁴

8. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji *anova* atau *F-test*. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan

²²*Ibid*, hlm. 79.

²³Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 246-247.

²⁴Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 81.

variasi variabel terikat.²⁵ Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_a diterima.

b) Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.²⁶ Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_a diterima.

²⁵Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 244.

²⁶*ibid.*, hlm. 245.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Terbentuknya PT. Pegadaian Syariah

Usaha pegadaian di Indonesia dimulai pada masa penjajahan Belanda (VOC) di mana pada masa itu tugas pegadaian adalah membantu masyarakat meminjam uang dengan jaminan gadai. Pada mulanya, usaha ini hanya dilakukan oleh pihak swasta, namun pada perkembangannya, usaha gadai ini diambil alih oleh pemerintah Hindia-Belanda. Kemudian dijadikan perusahaan negara, menurut Undang-Undang pemerintah Hindia-Belanda pada waktu itu dengan status Dinas Pegadaian.¹

Terbitnya PP/10 tanggal 10 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP/10 menegaskan misi yang harus emban oleh pegadaian untuk mencegah riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha Pegadaian sampai sekarang.² Selanjutnya tanggal 1 April 2012 merupakan tonggak sejarah bagi seluruh insan Pegadaian. Pada tanggal tersebut, perusahaan resmi berubah status badan hukum dari perusahaan umum (Perum) menjadi Perseroan Terbatas (PT) Perusahaan status badan hukum tersebut tidak sekedar perubahan

¹Kasmir. *Bank & Lembaga Keuangan Lainnya*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2008), Hlm.263.

²M. Habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah* (Jakarta: Kuwais, 2012), hlm. 218.

struktur modal namun mempengaruhi mekanisme pengelolaan perusahaan.³

Saat ini manfaat dari pegadaian sudah sangat dirasakan oleh masyarakat golongan menengah ke bawah. Kantor pusat PT. Pegadaian berkedudukan di Jakarta dan dibantu oleh kantor daerah, kantor perwakilan daerah, kantor cabang, dan kantor unit pembantu cabang.

PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok adalah pembentuk dari pembukaan kantor unit pembantu cabang, yang menjawab kebutuhan konsumen Muslim yang menginginkan transaksi pinjam meminjam sesuai dengan ketentuan syariah. Karena saat itu PT. Pegadaian Syariah hanya ada di kota Padangsidempuan yang merupakan kantor cabang PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok. Awalnya PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok Membuka unit di Jalan Simangambat Kelurahan Pasar Sipirok, akan tetapi karena lokasi perusahaan kurang strategis maka pada tahun 2012 PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok dipindahkan ke Jalan Merdeka Kelurahan pasar Sipirok, hal ini bertujuan agar memudahkan masyarakat dalam mengakses PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

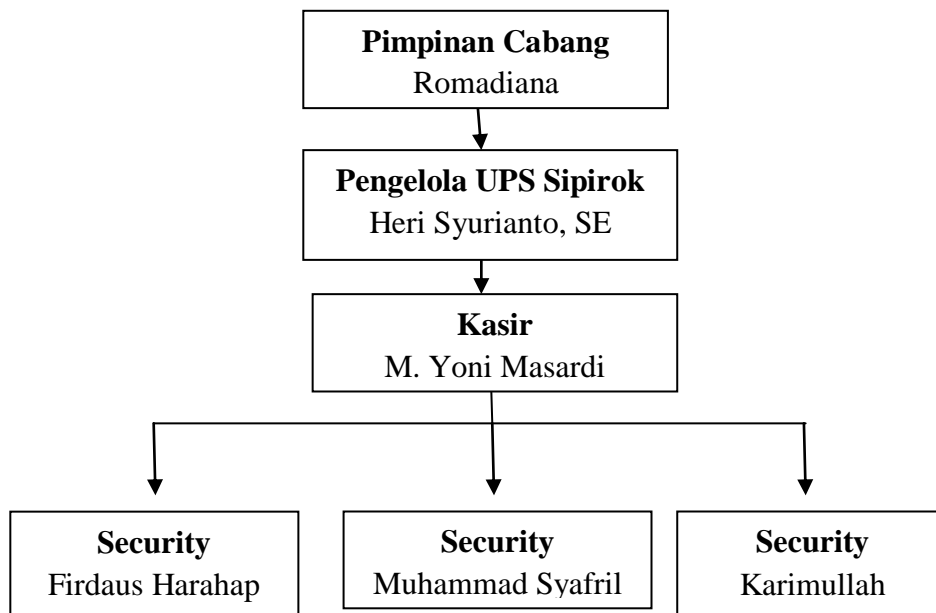
³ <http://www.pegadaian.co.id/info-code-of-conduct.php> 21.00 7 mei 2017

2. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok

Adapun struktur organisasi PT. Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok adalah seperti pada gambar dibawah ini:

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



3. Tujuan Pegadaian Syariah

Tujuan pegadaian syariah menggambarkan apa yang ingin dicapai pegadaian mendatang. Pegadaian Syariah berupaya mewujudkan hal-hal berikut:

- a. Sebagai pedoman yang berisi panduan dalam melaksanakan standar etika perusahaan dan panduan perilaku bagi seluruh Insan Pegadaian yang harus dipatuhi dalam berinteraksi sehari-hari dengan semua pihak.

- b. Sebagai landasan etis dalam berfikir dan mengambil keputusan yang terkait dengan perusahaan.
- c. Sebagai sarana untuk menciptakan dan mendukung lingkungan kerja yang sehat, positif dan menampilkan perilaku-perilaku etis dari seluruh Insan Pegadaian.
- d. Sebagai sarana untuk meningkatkan kepekaan Perusahaan dan Insan Pegadaian terhadap nilai-nilai etika bisnis dengan mengembangkan diskusi-diskusi atau pengembangan wacana mengenai etika.

4. Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Adapun visi dan misi PT. Pegadaian Syariah, yaitu:

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.

b. Misi

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

- 3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah diterapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari, dipahami dan dihayati, kemudian dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa “INTAN” yang terdiri dari:

- a. Inovatif, dimana insan Pegadaian harus berinisiatif, kreatif, produktif, dan adaptif. Berorientasi pada solusi bisnis.
- b. Nilai Moral Tinggi, insan Pegadaian harus taat beribadah, jujur dan selalu berfikir positif.
- c. Terampil, insan Pegadaian harus kompeten di bidang tugasnya dan selalu mengembangkan diri.
- d. Adi Layanan, insan Pegadaian harus peka, cepat tanggap, empatik, santun dan ramah.
- e. Nuansa Citra, bangga sebagai insan Pegadaian dan bertanggung jawab atas asset dan reputasi perusahaan.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1

dengan derajat kebebasan (df)= $n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df=94-2=92$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,170. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

(1) Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0,659	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=92$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,170$.	Valid
Item 2	0,566		Valid
Item 3	0,587		Valid
Item 4	0,591		Valid
Item 5	0,667		Valid
Item 6	0,662		Valid
Item 7	0,588		Valid
Item 8	0,715		Valid
Item 9	0,706		Valid
Item 10	0,691		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 untuk variabel Produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,170. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

(2) Uji Validitas Reputasi Perusahaan

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0, 521	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=92$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,170$.	Valid
Item 2	0, 677		Valid
Item 3	0, 645		Valid
Item 4	0, 806		Valid
Item 5	0, 678		Valid
Item 6	0, 668		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel Produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,170. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

(1) Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Item 1	0, 565	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=92$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,170$.	Valid
Item 2	0, 615		Valid
Item 3	0, 527		Valid
Item 4	0, 529		Valid
Item 5	0, 524		Valid
Item 6	0, 679		Valid
Item 7	0, 641		Valid
Item 8	0, 587		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-8 untuk variabel Produk adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel}

adalah 0,170. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b) Uji Reliabilitas

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

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>		Kesimpulan
Pelayanan	0,839	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>
Reputasi Perusahaan	0,750	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>
Loyalitas Nasabah	0,713	$> 0,6$	<i>Reliabel</i>

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

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan adalah $0,839 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk variabel reputasi perusahaan adalah $0,750 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel reputasi perusahaan adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel loyalitas nasabah adalah $0,713 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas 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 kolmogrov-smirnov* pada taraf signifikansi lebih besar dari 10 persen atau 0,1.

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87753358
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,040
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Bedasarkan tabel di atas terlihat nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed) adalah 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikan 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov

3. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai Sig. $> 0,1$ dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka dinyatakan tidak linier.

a. Uji Linieritas Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas nasabah

Tabel 4.6
Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas
nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X 1	Between Groups	(Combined)	392,722	16	24,545	6,855	,000
		Linearity	326,852	1	326,852	91,285	,000
		Deviation from Linearity	65,870	15	4,391	1,226	,271
Within Groups			275,704	77	3,581		
Total			668,426	93			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,271. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,271 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel produk dengan variabel keputusan nasabah adalah linier.

b. Uji Linieritas reputasi dengan loyalitas nasabah

Tabel 4.7
Hasil Uji Linieritas reputasi dengan loyalitas nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	274,768	10	27,477	5,793	,000
		Linearity	242,441	1	242,441	51,117	,000

2	Deviation from Linearity	32,327	9	3,592	,757	,656
	Within Groups	393,658	83	4,743		
	Total	668,426	93			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,656. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,656 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel promosi dengan variabel keputusan nasabah adalah linier.

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 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,483	2,068
X2	,483	2,068

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

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel kualitas pelayanan adalah $0,483 > 0,1$, variabel reputasi adalah $0,483 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan adalah $2,068 < 10$, variabel reputasi adalah $2,068 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai $VIF < 10$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b) Uji Autokolerasi

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,714 ^a	,510	,499	1,898	2,218

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

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,218. Jadi dapat disimpulkan $DU < DW < 4-DU$ ($1,707 < 2,218 < 2,293$)

c) Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi *Spearman's rho* dengan mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,01 dengan uji 2 sisi. Jika Korelasi antara variabel independen dengan residual didapat

signifikansi lebih dari 0,01 maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.10
Hasil Uji heteroskedastisitas

Correlations

		X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1,000	,683**	-,034
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,745
	N	94	94	94
X2	Correlation Coefficient	,683**	1,000	,007
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,950
	N	94	94	94
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,034	,007	1,000
	Sig. (2-tailed)	,745	,950	.
	N	94	94	94

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

Dari hasil output di atas dapat dilihat bahwa unstandardized residual memiliki nilai signifikansi (Sig 2 tailed) lebih dari 0,1. Karena signifikansi lebih besar dari 0,1 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

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

Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut:

$$Y = a + b_1Kl + b_2Rp + e$$

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,163	1,460		-,797	,427
X1	,007	,050	,021	,141	,888
X2	,093	,070	,197	1,339	,184

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

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

$$Y = -1,163 + 0,007Kl + 0,093Rp + e$$

Penjelasan di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) adalah (-1,163) ini dapat diartikan apabila kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan adalah 0, maka loyalitas nasabah adalah sebesar (-1,163).

- b) Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,007, artinya apabila variabel kualitas pelayanan ditambah 1 satuan maka loyalitas nasabah berpengaruh sebesar 0,007 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah, semakin meningkat kualitas pelayanan maka semakin meningkat loyalitas nasabah sebesar 0,007.
- c) Koefisien regresi variabel reputasi perusahaan sebesar 0,093, artinya apabila variabel reputasi perusahaan ditambah 1 satuan maka loyalitas nasabah berpengaruh sebesar 0,093 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara reputasi perusahaan dengan loyalitas nasabah, semakin meningkat reputasi perusahaan maka semakin meningkat loyalitas nasabah sebesar 0,093.

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 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 ^a	,510	,499	1,898

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

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,51 atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 51% sedangkan sisanya 49% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

7. Uji Hipotesis

a) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan) secara parsial berpengaruh signifikansi terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Adapun hasil analisis regresi output sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		T	Sig.
1	(Constant)	4,240	,000
	X1	5,220	,000

X2	1,953	,054
----	-------	------

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan $(df)=n-k-1$, dimana n =jumlah sampel dan k =jumlah variabel independen, jadi $df=94-2-1=91$. Dengan pengujian dua sisi, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,290.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 5,220 dan t_{tabel} sebesar 1,290 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,290$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel reputasi memiliki t_{hitung} sebesar 1.953 dan t_{tabel} sebesar 1,290 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,953 > 1,290$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel reputasi memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial reputasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

b) Uji Koefisien Regresi Simultan

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

Tabel 4.13
Hasil Ujian Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340,588	2	170,294	47,270	,000 ^b
	Residual	327,837	91	3,603		
	Total	668,426	93			

Sumber: Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 2 dan *residual* (df 2) adalah 91 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,36.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 47,270 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,36 sehingga $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($47,270 > 2,36$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan reputasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

C. Analisis Hasil Penelitian

Penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok. 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 0,51 atau 51%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan terhadap variabel loyalitas nasabah 51%, atau dengan kata lain variasi variabel independen yang digunakan dalam model kualitas pelayanan dan reputasi perusahaan mampu menjelaskan sebesar 51% variasi dependen loyalitas nasabah. Sedangkan sisanya 49% dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

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 loyalitas nasabah.

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

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah
2. Pengaruh reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ditarik kesimpulan bahwa persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Hal tersebut dapat dilihat dari uji koefisien determinasi R square sebesar 0,51 atau 51% sedangkan sisanya 0,49 atau 49% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 5,220 dan t_{tabel} sebesar 1,290 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,220 > 1,290$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel reputasi memiliki t_{hitung} sebesar 1,953 dan t_{tabel} sebesar 1,290 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,953 > 1,290$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel reputasi memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial reputasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah ataupun antara reputasi

perusahaan terhadap loyalitas nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

B. Saran

1. Kepada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok hendaknya meningkatkan, kualitas pelayanan lebih dibekali dengan pengetahuan produk , bagaimana menangani konsumen, menguasai komunikasi yang baik dan yang lebih penting adalah bagaimana meyakinkan calon nasabah bahwa mereka akan puas atas produk yang ditawarkan. Karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan ataupun reputasi perusahaan maka juga meningkatkan loyalitas nasabah yang mampu pula meningkatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan berulang.
2. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan penulis dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan atau sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti berikutnya dengan meneliti variabel lainnya yang dapat meningkatkan jumlah nasabah di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok secara lebih mendalam. Temuan lain diharapkan bisa menjadi masukan bagi perkembangan dan kemajuan PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok dimasa yang akan datang.

Daftar Pustaka

- Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Ciptapustaka Media, 2014.
- Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2010
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2003.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Bayu Wisnawa, *Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan*, Yogyakarta: Galia Ilmu, 2008.
- Didin Hafihuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Dwi Suyikyo, *Kamus Lengkap Ekonomi Islam*, Jakarta: ISBN, 2009
- Hasibuan, Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Ibnu Hadjar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian kuantitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.
- <http://www.Duniapublicrelations.com/2017/01/media-relations-manajemen-reputasi> (diunggah pada 9/03/2018).
- <http://www.arti-defenisi.com/Nasabah> (diunggah 15/02/ 2018).
- <http://www.pegadaian.co.id/info-code-of-conduct.php> 21.00 7 Agustus 2018.
- Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Wali Songo Press, 2009.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

- Ktut Silvania, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, PT. Gelora Aksara Patama, 2009.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- M. Hariwijaya dan Bisri M. Djaelani, *Teknik Menulis Skripsi dan Thesis*, Yogyakarta: Hanggar Kreator, 2004.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- M. Habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais, 2012.
- Nina Rahmayanti, *manajemen Pelayanan Prima Mencegah Pembelotan dan Membangun Customer Loyalty*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Philip Kotker, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Yosal Iriantara, *Media Relations Konsep, Pendekatan dan Praktik* Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2003.

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok

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 Sarjan Ekonomi dalam bidang ilmu Perbankan Syariah, dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok**”.

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

Hormat Saya,

Ardiansah Fahlepi

NIM. 13 220 0143

LAMPIRAN 2

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH UNIT PELAYANAN SYARIAH SIPIROK

1. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :

2. 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. Adapaun makna dari jawaban berikut adalah:

SS	S	R	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN 3

A. Pernyataan Untuk Variabel Pelayanan (X_1)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	Pegawai berpenampilan rapi pada saat melayanani nasabah					
2	Kondisi di sekitar ruang tunggu bersih					
3	Pegawai dapat memberikan kepercayaan kepada nasabah baik dalam ketepatan waktu, kenyamanan dan keamanan					
4	Pegawai menjaga hubungan baik terhadap nasabah					
5	Pegawai selalu memenuhi pelayanan yang dijanjikan					
6	Pegawai melayani dengan ramah					
7	Pegawai cepat tanggap dalam melayani nasabah					
8	Kemampuan pegawai memberikan pelayanan dengan cepat dan benar					
9	Pegawai tidak pernah membuat kesalahan					
10	Nasabah merasa aman pada saat melakukan transaksi					

B. Pernyataan Untuk Variabel Reputasi (X_2)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok dapat memutuskan keputusan dengan baik					
2	Informasi ataupun iklan PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok dapat dipercaya					
3	PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok memiliki nama baik sehingga mendorong saya melakukan transaksi					
4	PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok memiliki kemampuan bersaing dengan para pesaingnya					
5	Saya bangga melakukan transaksi di PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok					
6	Program ataupun produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirok dapat dipercaya					

C. Pernyataan Untuk Variabel Loyalitas (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	R	TS	STS
1	Saya memiliki produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook lebih dari satu					
2	Saya mau mencoba produk lain yang ditawarkan PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook					
3	Saya menceritakan keunggulan produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook kepada teman-teman					
4	Saya menyarankan keluarga saya untuk menggunakan produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook					
5	Saya tetap memilih produk PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook walaupun muncul produk dari lembaga lainnya					
6	Saya akan terus melakukan transaksi di P.T Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook					
7	Saya tidak akan beralih ke lembaga lain selain dengan P.T Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook					
8	Saya selalu melakukan transaksi di P.T Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sapirook					

LAMPIRAN 7**HASIL KUISIONER**

KUALITAS PELAYANAN											
NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
4	4	4	3	5	5	2	5	5	4	4	41
5	3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	45
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
8	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	42
9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
10	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	33
11	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
12	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	39
13	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	37
14	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
16	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
19	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
20	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
21	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
22	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
25	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	46
26	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
27	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
30	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
31	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
32	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
33	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
34	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42
35	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
36	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
37	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
38	2	4	5	4	4	3	4	5	4	4	39

39	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	39
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	44
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	38
44	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
45	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
46	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	44
47	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
48	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
49	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	35
50	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	36
51	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	35
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
53	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	45
54	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
56	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
57	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
62	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43
63	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
66	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	46
67	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
68	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
69	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	43
70	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	41
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
72	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	41
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	45
76	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
79	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
80	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
81	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	42
82	4	5	5	5	3	3	3	5	4	4	41
83	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

29	4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	5	4	4	5	4	33
30	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	4	4	4	5	4	33
31	5	5	5	5	5	5	30	5	4	3	5	4	4	4	3	32
32	4	4	4	4	5	4	25	3	5	5	5	4	4	4	4	34
33	4	4	5	4	4	4	25	4	3	4	5	4	4	4	4	32
34	4	4	4	3	5	4	24	4	3	3	4	4	4	5	4	31
35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	5	5	39
36	4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	5	5	39
38	5	4	2	5	4	4	24	4	4	2	5	4	3	3	5	30
39	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	5	4	33
40	5	5	3	5	4	5	27	5	5	3	4	5	5	4	5	36
41	3	3	5	4	5	5	25	3	4	5	5	4	4	4	4	33
42	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	5	3	33
43	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	4	5	4	4	3	4	24	4	4	5	5	5	5	5	4	37
45	5	5	4	4	3	5	26	3	4	4	4	4	5	5	4	33
46	4	4	4	4	3	3	22	4	5	5	4	5	4	5	4	36
47	3	4	4	4	3	3	21	3	3	3	4	4	4	4	4	29
48	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	4	4	4	33
49	3	3	2	3	2	2	15	4	4	2	4	4	4	4	3	29
50	4	4	4	4	4	4	24	5	5	3	4	4	4	3	4	32
51	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	4	4	4	3	3	29
52	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	4	5	5	4	35
54	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	5	33
56	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	4	5	5	4	38
57	4	5	5	5	4	5	28	4	4	5	4	4	5	5	4	35
58	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	5	4	33
59	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	33
60	4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	4	3	4	4	3	29
61	3	4	4	4	3	4	22	4	4	3	4	4	4	4	4	31
62	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	4	4	33
63	4	4	4	4	5	5	26	3	4	4	4	4	5	4	5	33
64	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	5	4	4	33
66	4	4	4	4	5	4	25	5	4	5	5	4	5	4	5	37
67	4	4	4	4	3	3	22	3	3	4	3	4	4	4	4	29
68	4	4	5	4	5	5	27	4	4	4	4	4	5	4	5	34
69	3	4	5	4	5	5	26	4	4	3	4	4	4	3	3	29
70	4	4	5	4	5	5	27	5	4	3	5	4	4	4	3	32
71	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	4	4	31
73	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	5	4	32

74	3	3	4	5	3	3	21	4	4	3	4	4	4	4	3	30
75	4	4	4	5	3	3	23	4	3	4	4	4	5	4	4	32
76	5	5	4	5	4	5	28	5	5	4	5	5	5	5	4	38
77	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	5	5	39
78	5	5	4	5	4	5	28	4	3	5	3	4	5	5	4	33
79	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	4	5	4	4	33
80	3	4	4	4	3	3	21	5	4	5	3	4	5	5	4	35
81	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	5	5	3	5	4	34
82	3	5	4	5	3	4	24	4	5	4	5	4	5	4	3	34
83	4	4	4	4	3	5	24	4	4	3	5	4	4	3	4	31
84	5	4	4	4	4	4	25	4	4	3	4	4	4	4	4	31
85	5	5	5	4	3	5	27	4	4	5	4	4	5	5	5	36
86	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	4	4	3	5	4	3	23	5	4	4	5	4	4	3	3	32
88	5	4	5	5	3	5	27	4	4	4	5	4	5	4	4	34
89	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
90	4	4	4	4	5	5	26	4	5	4	5	4	4	4	4	34
91	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	5	5	4	4	4	26	4	4	5	4	4	5	4	5	35
93	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	5	4	34
Total	388	396	399	391	369	391	2334	380	378	373	394	382	395	392	378	3072

	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
KP8	Pearson Correlation	,221	,373	,401	,439	,426	,310	,384	1	,414	,356	,659**
	Sig. (2-tailed)	,033	,000	,000	,000	,000	,002	,000		,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
KP9	Pearson Correlation	,265	,405	,396	,412	,430	,244	,538	,414	1	,460	,706**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,000	,000	,000	,018	,000	,000		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
KP10	Pearson Correlation	,423	,440	,323	,331	,429	,298	,586	,356	,460	1	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,001	,000	,003	,000	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Total KP	Pearson Correlation	,591	,588	,587	,662	,667	,566	,691	,659	,706	,715	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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

2. Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Perusahaan

Correlations

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	TotalR
R1	Pearson Correlation	1	,528**	,231*	,498**	,209*	,378**
	Sig. (2-tailed)		,000	,025	,000	,043	,000
	N	94	94	94	94	94	94
R2	Pearson Correlation	,528**	1	,328**	,366**	,133	,438**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,202	,000
	N	94	94	94	94	94	94
R3	Pearson Correlation	,231*	,328**	1	,141	,458**	,471**
	Sig. (2-tailed)						
	N	94	94	94	94	94	94

	Sig. (2-tailed)	,025	,001		,175	,000	,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94
R4	Pearson Correlation	,498**	,366**	,141	1	,083	,203*	,521**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,175		,424	,049	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94
R5	Pearson Correlation	,209*	,133	,458**	,083	1	,592**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,043	,202	,000	,424		,000	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94
R6	Pearson Correlation	,378**	,438**	,471**	,203*	,592**	1	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,049	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94
TotalR	Pearson Correlation	,677**	,645**	,668**	,521**	,678**	,806**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

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

3. Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Correlations

		L1	L2	L3	L4	L5	L6	L7	L8	Total L
L1	Pearson Correlation	1	,320**	,360**	,262*	,403**	,197	,221*	,151	,565**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,011	,000	,057	,032	,147	,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
L2	Pearson Correlation	,320**	1	,369**	,387**	,096	,218*	,243*	,226*	,615**

L8	Pearson Correlation	,151	,226*	,243*	,078	,249*	,380**	,417**	1	,587**
	Sig. (2-tailed)	,147	,029	,018	,456	,016	,000	,000		,000
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94
Total L	Pearson Correlation	,565**	,615**	,527**	,529**	,524**	,656**	,641**	,587**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	94	94	94	94	94	94	94	94	94

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

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

4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,839	10

5. Uji Reliabilitas Reputasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,750	6

6. Uji Reliabilitas Loyalitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	8

7. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	1,8775336
	Most Extreme Differences	0,062
	Positive	0,04
	Negative	-0,062
Test Statistic		0,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

8. Hasil Uji Linieritas Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	392,722	16	24,545	6,855	0
		Linearity	326,852	1	326,852	91,285	0
		Deviation from Linearity	65,87	15	4,391	1,226	0,271
	Within Groups		275,704	77	3,581		
Total			668,426	93			

Hasil Uji Linieritas reputasi dengan loyalitas nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	274,768	10	27,477	5,793	0
		Linearity	242,441	1	242,441	51,117	0
		Deviation from Linearity	32,327	9	3,592	0,757	0,656
	Within Groups		393,658	83	4,743		
Total			668,426	93			

9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	0,483	2,068
X2	0,483	2,068

10. Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,714 ^a	0,51	0,499	1,898	2,218

11. Uji heteroskedastisitas

Correlations

			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,683	-,034
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,745
		N	94	94	94
	X2	Correlation Coefficient	,683**	1,000	,007
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,950
		N	94	94	94
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,034	,007	1,000
		Sig. (2-tailed)	,745	,950	.
		N	94	94	94

12. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)					
X1	-1,163	1,46		-0,797	0,427
X2	0,007	0,05	0,021	0,141	0,888
	0,093	0,07	0,197	1,339	0,184

13. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 ^a	,510	,499	1,898

14. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4,240	,000
	X1	5,220	,000
	X2	1,953	,054

15. Ujian Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	340,588	2	170,294	47,270	,000 ^b
Residual	327,837	91	3,603		
Total	668,426	93			

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr 0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 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
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

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
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

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
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

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
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Tabel r untuk df = 1 - 50

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

Tabel r untuk df = 51 - 100

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

Tabel r untuk df = 101 - 150

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
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

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
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



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-1073/In.14/G.1/G.5/TL.00/08/2018
Hal : Mohon Izin Riset

30 Agustus 2018

Yth;
Pimpinan PT. Pegadaian Syariah
Unit Pelayanan Syariah Sipirok
di-
Sipirok

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Ardiansah Fahlepi
NIM : 132200143
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

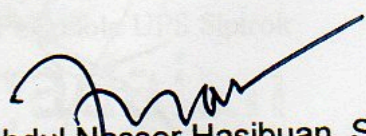
adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok**".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Sipirok, 6 September 2018

Nomor : B-02 /In. 14/G/TL.00/09/2018
Lampiran : -
Urgensi : Biasa
Hal : Balasan

Kepada Yth,
Dekan Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di -
Padangsidempuan
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heri Syurianto, S.E
NIK : P.84423
Jabatan : Pengelola UPS Sipirok

Menerangkan bahwa :

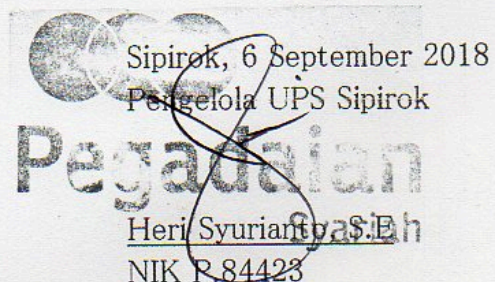
Nama : Ardiansah Fahlepi
NIM : 132200143
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah kami setuju untuk melaksanakan riset di PT. Pegadaian (Persero) UPS Sipirok sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul :

"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok"

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.


Sipirok, 6 September 2018
Pengelola UPS Sipirok
Pegadaian
Heri Syurianto, S.E
NIK P.84423

**PT PEGADAIAN (PERSERO)
UPS. SIPIROK**

SURAT KETERANGAN
Nomor : B-2 /In.14/G/TL.00.04/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

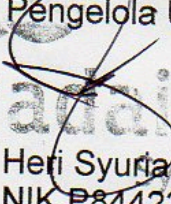
Nama : Heri Syurianto, SE
Jabatan : Pengelola UPS

Dengan ini menerangkan bahwa nama tersebut di bawah ini :

Nama : Ardiansah Fahlepi
NIM : 132200143
Smt/Jurusan : IX / Sembilan (Perbankan Syariah)

Telah melakukan Riset (Penelitian) sejak tanggal 06 September s/d 08 September 2018 di PT Pegadaian (Persero) UPS Sipirok.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat dengan sesungguhnya, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Sipirok, 08 September 2018
Pengelola UPS

Pegadaian
Heri Syurianto, SE
NIK. P84423