



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH AR-RAHN  
PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT  
PELAYANAN SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh

**MELDA YANTI HARAHAP**  
NIM. 12 220 0111

**Pembimbing I**

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

**Pembimbing II**

**Rini Hayati Lubis, SP., M.P**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

2016



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

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

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **Melda Yanti Harahap**  
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2016  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Melda Yanti Harahap** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih AR-Rahn Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok**".Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

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

**PEMBIMBING II**

**Rini Hayati Lubis, SP., M.P**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Melda Yanti Harahap  
NIM : 12 220 0111  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : **Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Ar-Rahn Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.**  
Skripsi

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

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

Padangsidimpuan, 24 Oktober 2016  
Saya yang Menyatakan,



**Melda Yanti Harahap**  
**NIM : 12 220 0111**



**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

**DEWAN PENGUJI  
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Melda Yanti Harahap  
Nim : 12 220 0111  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah  
Memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian (Persero)  
Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

Ketua

Rosnani Siregar, M,Ag  
NIP. 19740626 200312 1 001

Sekretaris

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

Anggota

1. Rosnani Siregar, M,Ag  
NIP. 19740626 200312 1 001

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

3. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag  
NIP. 19750103 200212 1 001

4. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M  
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Selasa/01 November 2016  
Pukul : 11.00 s/d 13.00 WIB  
Hasil/Nilai : 73,5 (B)  
Predikat : Amat baik  
IPK : 3,22



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.T. Rizal Nurdin Km. 4,5 SihitangPadangsidimpuan22733  
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH AR-RAHN PADA  
PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT PELAYANAN  
SYARIAH SIPIROK.**

**NAMA : MELDA YANTI HARAHAP  
NIM : 12 220 0111**

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

Padangsidimpuan, 04 November 2016  
Pelaksana Harian Dekan,



**Rosnani Siregar, M.Ag**  
NIP. 19740626 200312 2 001

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

---

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Melda Yanti Harahap  
Nim : 12 220 0111  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

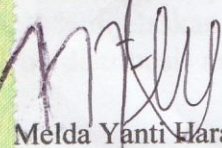
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan

Pada tanggal, November 2016

Yang Menyatakan



  
Melda Yanti Harahap

Nim: 12 220 0111

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat rahmat dan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam kepada junjungan kita Rasulullah SAW yang merupakan contoh teladan kepada umat manusia, sekaligus yang kita harapkan syafa'atnya di *yaumilmahsar* kelak.

Skripsi yang berjudul "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.**", ditulis untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi persyaratan dalam penyelesaian kuliah pada jurusan Perbankan Syariah untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) di IAIN Padangsidimpuan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mengalami kendala yang disebabkan keterbatasan penulis dalam berbagai hal. Namun demikian, berkat kerja keras, bantuan dan bimbingan serta doa dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu, penulis menghaturkan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim, MCL selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, MA selaku Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.
2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan, dan Bapak Ikhwanudin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, Ibu Nofinawati, MA sebagai Sekretaris Jurusan, serta Bapak/Ibu Dosen Pegawai dan administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM, sebagai pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, SP, M.P, sebagai pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan civitas akademik yang telah memberikan sejumlah ilmu pengetahuan, selama mengikuti Program Pendidikan Strata Satu di IAIN Padangsidempuan.
6. Bapak Heri Suriyanto, SE, selaku pimpinan Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Sipirok beserta seluruh karyawan yang telah membantu penulis ketika membutuhkan data tentang penulisan ini.
7. Ayahanda Elwin Harahap dan Ibunda Dahliana Hasibuan, adinda Riskiyan Syukur Harahap, adinda Andi Ansyah Harahap, Febrizah Rahayu Harahap, Adinda Nanda Aulia Harahap. Juga buat Adinda Hanim.

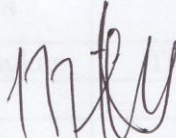


Sahabat Normawati Matondang, Ira Vinola Rambe SE, dan Lelly Elvina Nasution SE, Ariska Zadidah Harahap dan seluruh rekan juang satu kelas

Peneliti menyadari bahwa Skripsi ini mungkin memiliki kekurangan dalam berbagai hal. Oleh karena itu, kritik yang membangun akan di terima dengan senang hati. Pada akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi peningkatan mutu di Perbankan Syariah, khususnya di IAIN Padangsidimpuan serta semoga selalu mendapatkan ridho dari Allah SWT. Amin.

Padangsidimpuan, 21 Oktober 2016  
Penulis

Haruf Arab	Nama Huruf Latin	Haruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	tha	Th	th (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	de
ذ	z	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	ir
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es
ص	sad	s	esdan ye
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)

  
Melda Yanti Harahap  
Nim : 12 220 0111

## ABSTRAK

**Nama** : Melda Yanti Harahap  
**NIM** : 12 220 0111  
**Judul** : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sapirook.**

Perkembangan jumlah nasabah dilihat dari data perkembangan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Syariaiah Sapirook tidak signifikan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2013-2014 mengalami kenaikan jumlah nasabah sebesar 15,87% sedangkan 2014-2015 hanya sebesar 0,13%. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yaitu: Promosi, Pribadi, dan Sosial. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini apakah terdapat pengaruh promosi, pribadi, dan sosial terhadap keputusan nasabah memilih *ar-rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapirook. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, pribadi, dan sosial terhadap keputusan nasabah memilih *ar-rahn* secara parsial dan secara simultan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tentang pemasaran dalam hal proses pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen. Sumber data yang digunakan yaitu primer dan skunder.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi berganda, instrument pengumpulan data menggunakan angket. Dengan sampel 60 responden. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel Promosi ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih *Ar-rahn*, terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $4,338 > 1,672$ . Variabel Pribadi ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah, terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $1,954 > 1,672$ . Dan variabel Sosial ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah, terlihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $7,544 > 1,672$ . Sedangkan secara simultan, variabel Promosi, pribadi, dan sosial, secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariaiah Sapirook. Pada keputusan nasabah, terlihat dari  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $135,904 > 2,77$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,879 yang berarti variabel keputusan nasabah pada promosi, pribadi dan sosial, sebesar 87,9 % dan sisanya sebesar 12,1 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan tidak terjadi *multikolinearitas* dan *heteroskedastisitas*.

**Kata Kunci** : Keputusan dalam memilih produk, Produk *Ar-rahn*

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>

### BAB I PENDAHULUAN

<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Batasan Masalah.....</b>	<b>7</b>
<b>D. Defenisi Operasional Variabel .....</b>	<b>7</b>
<b>E. Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>F. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>G. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>9</b>

### BAB II LANDASAN TEORI

<b>A. Kerangka Teori.....</b>	<b>11</b>
1. Pengertian Produk .....	11
a. Gadai Syariah ( <i>Rahn</i> ).....	11
b. <i>Arrum</i> ( <i>Ar-Rahn</i> untuk mikro kecil) .....	17
c. Mulia ( <i>Murabahah</i> Logam Mulia untuk investasi Abadi).....	18
d. Multi Pembayaran Online (MPO).....	19
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah .....	20
a. Faktor Promosi .....	20
a) Lokasi.....	20

b) Biaya .....	21
c) Keuntungan .....	21
b. Faktor Pribadi.....	21
a) Diri sendiri .....	22
b) Keadaan Ekonomi .....	22
c) Gaya hidup .....	23
c. Faktor Sosial .....	23
a) Kelompok Acuan.....	23
b) Keluarga.....	23
c) Lingkungan.....	24
d. Proses Pengambilan Keputusan.....	24
a) Kebutuhan atau Pengenalan Masalah.....	24
b) Pencairan Informasi .....	25
c) Evaluasi Produk .....	25
<b>B. Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>27</b>
<b>C. Kerangka Berpikir.....</b>	<b>30</b>
<b>D. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>31</b>

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

<b>A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>B. Jenis Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>C. Populasi dan Sampel .....</b>	<b>33</b>
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	34
<b>D. Instrumen Pengumpulan Data .....</b>	<b>35</b>
1. Wawancara.....	36
2. Angket.....	36
3. Dokumentasi .....	37
<b>E. Analisis Data .....</b>	<b>37</b>
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	37

2. Uji Statistik Deskriptif .....	38
3. Uji Asumsi Klasik .....	38
a. Uji Normalitas .....	38
b. Uji Multikolinearitas .....	39
c. Uji Heteroskedastisitas .....	40
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
5. Uji Hipotesis .....	42
a. Uji Signifikansi Parsial (uji t) .....	42
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	42

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

<b>A. Gambaran Umum Perusahaan.....</b>	<b>43</b>
1. Perkembangan PT. Pegadaian (Persero) UPS Sipirok.....	43
2. Visi dan Misi PT. Pegadaian UPS Sipirok .....	44
3. Struktur Organisasi PT.Pegadaian UPS Sipirok.....	45
4. Pembagian tugas dan Tangung Jawab .....	46
5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam kerja .....	50
<b>B. Analisis Data Penelitian .....</b>	<b>51</b>
<b>C. Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>66</b>
<b>D. Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>68</b>

#### **BAB V PENUTUP**

<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>70</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>71</b>

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 :Perkembangan Jumlah Nasabah 2013-2015 .....	5
Tabel 2 : Defenisi Operasional Variabel .....	7
Tabel 3 : Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1) .....	51
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi (X2).....	51
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Sosial (X3).....	52
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y) .....	53
Tabel 4.5 : Hasil Uji Realibilitas Variabel Promosi (X1) .....	54
Tabel 4.6 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X2).....	54
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X3).....	54
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y) .....	55
Tabel 4.9 : Hasil Uji Linearitas Promosi dengan Keputusan Nasabah .....	56
Tabel 4.10 : Hasil Uji Linearitas Pribadi dengan Keputusan Nasabah .....	57
Tabel 4.11 : Hasil Uji Linearitas Sosial dengan Keputusan Nasabah.....	57
Tabel 4.12 : Hasil Uji Normalitas one sampel Kolmogrov-smirnov .....	58
Tabel 4.13 : Hasil Uji Multikolinieritas .....	60
Tabel 4.14 : Hasil Uji Autokorelasi .....	62
Tabel 4.15 : Hasil Analisis Regresi Berganda.....	62
Tabel 4.17 : Hasil Determinasi R .....	64
Tabel 4.18 : Hasil Uji Signifikan secara Parsial (t) .....	65
Tabel 4.19 : Hasil Uji Signifikansi secara Simultan (F) .....	66

## DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan1 :Kerangka Pikir .....	31
Bagan 2 :Struktur Organisasi .....	46
Gambar 3 : Metode Grafik .....	56
Gambar4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	59

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran I : Daftar Angket
- LampiranII : Hasil Tanggapan Responden
- LampiranIII : Hasil Analisis Data
- LampiranIV : Tabel t
- LampiranV : Tabel F
- LampiranVI : Tabel Nilai-nilai r Product Moment
- LampiranVII : Foto Dokumentasi Penelitian



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Daratan Eropa merupakan wilayah yang pertama kali menerapkan sistem pegadaian, adapun negara-negara yang menerapkan ialah: Italia, Inggris, dan Belanda. Pada akhir abad ke-19 terbentuk pegadaian yang bernama oleh *Bank Van Lening*. Sistem kerjanya memberikan jasa pinjaman dana dengan syarat penyerahan barang bergerak, yang artinya bank tersebut melakukan pemberian jasa pegadaian. Awal abad ke-20 pemerintah Hindia Belanda berusaha mengambil alih usaha pegadaian dan monopolinya dengan caramengeluarkan *staatblad* No. 131 Tahun 1901. Peraturan tersebut diikuti dengan pendirian rumah gadai resmi milik pemerintah dan statusnya diubah menjadi Dinas Pegadaian sejak berlakunya *Staatblad* No.266 Tahun 1960.<sup>1</sup> Dan akhirnya pegadaian mulai dikenal oleh negara lain termasuk Indonesia.

Pegadaian syariah merupakan lembaga keuangan syariah dengan sistem gadai yang berlandaskan pada prinsip keislaman. Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada tanggal 26 bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih ditahun yang sama 4 kantor Cabang Pegadaian Syariah Aceh dikonversi

---

<sup>1</sup>H.Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syari'ah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2008), hlm. 9-10.

menjadi pegadaian syariah.<sup>2</sup>Pegadaian di Indonesia menganut sistem syariah yang berlandaskan prinsip keIslaman.

Perkembangan usaha produk syariah di pegadaian mulai berkembang pesat diseluruh Indonesia. Tidak asing lagi di PT. Pegadaian (Persero) kanwil Medan mengalami kenaikan pendapatan *rahn*, dimana target oktober 2012 yang ditetapkan melebihi target. Jika dibandingkan dengan posisi oktober 2011 juga mengalami pertumbuhan 58,52%. Adanya peningkatan omset pegadaian syariah yang meliputi Sumut-Aceh. Tak terlepas dari perkembangan dan keberadaan Unit Pegadaian Syariah di daerah-daerah outlet Pegadaian Syariah yang saat ini 86 outlet, terdiri dari 21 outlet kantor cabang syariah dan 65 outlet UPS. Jadi jumlah nasabah pegadaian di wilayah Sumatra mengalami kenaikan.

Pada tanggal 1 April 2010 pegadaian syariah Sipirok membuka unit di Jalan Simangambat Kelurahan Pasar Sipirok, akan tetapi karena lokasi perusahaan kurang strategis maka pada tahun 2012 Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok di relokasikan dari Jalan Simangambat ke Jalan Merdeka Kelurahan pasar Sipirok, hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke pegadaian karena terletak di pinggir jalan raya Sipirok-Sidempuan. Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman.

Perkembangan produk-produk berbasis syariah kian marak di Indonesia tidak terkecuali pegadaian. Pada dasarnya produk-produk yang berbasis syariah juga memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga

---

<sup>2</sup>M.Habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah*, (Jakarta:Kuweis,2012), hlm.218.

dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan dan melakukan bisnis dengan imbalan atas jasa atau bagi hasil.<sup>3</sup>

PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok menyediakan empat macam produk yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah diantaranya: 1) Produk *Ar-rahn* yaitu gadai emas, 2) Produk *Ar-rum* yaitu untuk usaha mikro kecil, 3) Produk MULIA yaitu pembiayaan untuk investasi emas batangan melalui pola secara tunai dan angsuran, dan 4) Produk MPO (Multi Pembayaran Online) yaitu layanan untuk pembayaran berbagai tagihan bulanan, seperti listrik, telpon, televisi dan lain-lain.

Menurut Lupiyoadi” kegiatan Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai kegiatan dengan keinginan dan kebutuhannya.<sup>4</sup> Selain itu juga adanya promosi, masyarakat dapat memperoleh informasi dan akan tertarik dengan sejumlah penawaran yang menggiurkan.

Berdasarkan teori Maslow, “ Abraham Maslow berusaha menjelaskan kebutuhan manusia tersusun dalam hirarki, dari yang paling mendesak sampai paling kurang mendesak. Berdasarkan urutan tingkat kepentingannya, seperti kebutuhan fisik atau kebutuhan diri sendiri. Orang akan berusaha memuaskan kebutuhan pribadi mereka dulu yang paling penting. Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhan pribadi, kemudian dia akan berusaha kebutuhan yang terpenting berikutnya.<sup>5</sup>

Menurut William J Stanton” faktor sosial juga adalah fakta yang kompleks yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan tingkah laku manusia dalam masyarakat yang ada. Si nasabah akan memberikan informasi terkait kemudahan yang didapat kepada orang lain dan lingkungan sosialnya. Untuk memilih produk *ar-rahn* itu si nasabah cenderung akan menganjurkan orang disekitarnya.

---

<sup>3</sup> *Ibid*, hlm.223.

<sup>4</sup>Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Selemba Empat, 2013), hlm.96.

<sup>5</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.227.

Banyaknya pilihan, membuat nasabah berada pada *phase at risk* karena begitu mudahnya melirik dan berminat atas produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing. Ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan nasabah untuk melakukan investasi pada suatu pegadaian, seperti biaya administrasi, pelayanan, jaminan, dan kebutuhan nasabah.

Keputusan seorang nasabah merupakan keinginan dan kebutuhan manusia yang di bentuk oleh promosi, kepribadian seseorang, dan sosial. Diminati atau tidaknya jenis produk penyaluran dan penghimpunan dana sangat di pengaruhi oleh faktor-faktor psikologis yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap, dan selera dan bukan faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan suatu produk.<sup>6</sup>

Ada banyak kemudahan dan kelebihan yang ditawarkan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok melalui layanan produk Qardh (pinjaman) dengan Gadai ini, tapi realitanya, sejak pengoperasiannya tahun 2013 lalu hingga sekarang jumlah nasabahnya belum menunjukkan tanda – tanda peningkatan yang signifikan, terutama (tahun 2014- 2015) malahan terjadi penurunan jumlah nasabah.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah *Ar-rahn* Tahun 2013-2015**

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2013	6.409
2	2014	7.492
3	2015	7.437
4	Jumlah	21.338

Sumber: Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Sipirok

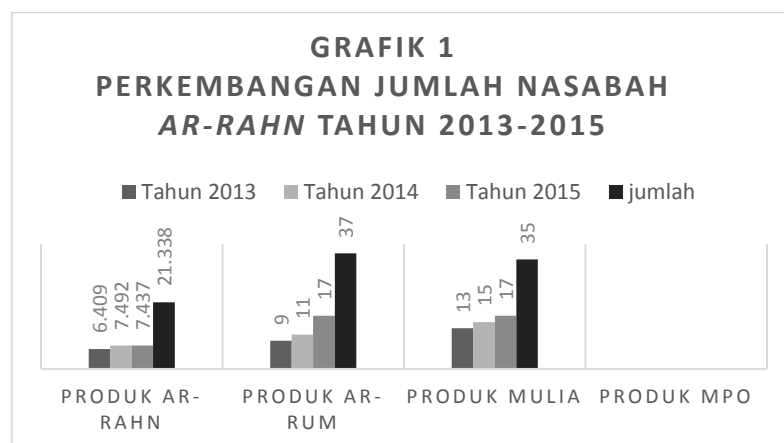
---

<sup>6</sup> Moch Daesyah, *Manajemen Dana Bank* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), hlm. 88

Keterangan dari tabel diatas menunjukkan bahwa pemasaran produk Qardh dengan gadai ini belum menunjukkan peningkatan yang signifikan, dibandingkan dengan produk lain yang jumlah nasabahnya mengalami kenaikan. Dimana pengetahuan nasabah masih minim tentang produk lain yang masih bisa digunakan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Setiap pihak pegadaian melakukan promosi ke daerah-daerah untuk memberikan informasi tentang produk baru atau produk lain selain *ar-rahn* mereka hanya lebih fokus ke produk *ar-rahn* ini. Karena sepengetahuan mereka di pegadaian hanya ada gadai emas saja padahal tidak, masih ada lagi produk yang bisa mereka gunakan saat mereka membutuhkan dana cepat atau saat mendesak. Seperti terlihat pada Grafik 1 berikut:

**Grafik 1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah *Ar-rahn* Pada Unit Pelayanan Syariah Sipirok Tahun 2013-2015**



Sumber: Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok

Berdasarkan Grafik 1 diatas dapat disimpulkan bahwa produk *ar-rahn* merupakan produk yang paling diminati dan banyak dipilih oleh nasabah dibandingkan produk lain pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok seperti yang

sudah dijelaskan diatas. Hal ini mungkin disebabkan oleh Faktor Promosi, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial, selain itu manfaat produk *Ar-rahm* juga dapat dijadikan sebagai solusi bagi nasabah yang ada di kota Sipirok.

Berdasarkan latar belakang masalah dan realita tersebut, penulis ingin meneliti lebih lanjut sejauh mana keputusan nasabah dalam memilih produk *ar-rahm* tersebut pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok. Mengingat perilaku masyarakat termasuk diantara deretan perilaku yang cepat berubah, karena ia berkaitan dengan keseharian masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-rahm* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas maka peneliti menguraikan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan jumlah nasabah yang memilih *Ar-rahm* pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok tidak signifikan.
2. Perkembangan produk di pegadaian syariah mulai berkembang pesat di Indonesia.
3. Faktor promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *Ar-rahm*.
4. Faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk *Ar-rahm*.

5. Faktor sosial merupakan faktor pendukung keputusan nasabah memilih produk *Ar-rahm*.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka peneliti membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti yaitu tentang” Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-rahm* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sapirok”.

### D. Defenisi Operasional Variabel

Untuk menghindari kesalahan pemahaman istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka penulis menjelaskan istilah-istilah dalam penelitian. Tabel 1 menunjukkan istilah-istilah yang terdapat dalam penelitian ini.

**Tabel 1.2**  
**Defenisi Operasional Variabel**

Variabel (X)	Indikator	Skala Sikap
1. Promosi ( $X_1$ ) yaitu usaha yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk.	1. Lokasi 2. Biaya 3. Keuntungan	Likert Likert Likert
2. Pribadi ( $X_2$ ) yaitu karakteristik yang meliputi usia, siklus hidup, pekerjaan, dan lain-lain.	1. Diri sendiri 2. Keadaan ekonomi 3. Gaya hidup	Likert Likert Likert
3. Sosial ( $X_3$ ) yaitu pengaruh kelompok, atau dari lingkungan.	1. Kelompok acuan 2. Keluarga 3. Lingkungan	Likert Likert Likert
Variabel (Y)	Indikator	Skala Sikap
Keputusan Nasabah	1. Kebutuhan atau pengenalan masalah 2. Informasi 3. Evaluasi produk	Likert Likert Likert

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dan adanya pembatasan masalah adanya pembatasan masalah di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian syariah Sapirok?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian syariah Sapirok?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian syariah Sapirok?
4. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi, pribadi, dan sosial secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapirok?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapirok.
2. Mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapirok.
3. Mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapirok.
4. Mengetahui pengaruh faktor promosi, pribadi, dan sosial secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn*.



## **G. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi peneliti, merupakan kesempatan untuk menerapkan ilmu dan pengetahuan peneliti yang diperoleh di bangku kuliah. Sehingga bisa menambah pengetahuan peneliti.
2. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam mengambil keputusan, terutama dalam membuat variasi produk dan pelaksanaan promosi.
3. Bagi dunia Akademik, sebagai bahan referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian yang akan datang.

## **H. Sistematika Pembahasan**

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

Bab pertama berisi mengenai alasan dilakukan penelitian dilokasi yang telah ditentukan dan dijelaskan dibagian latar belakang masalah, serta didukung dengan bagian lainnya seperti identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional variable dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi mengenai penjelasan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis.

Bab ketiga merupakan bagian yang berisi mengenai metode penelitian yang menjelaskan lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan

sampel, jenis dan sumber data, instrumen pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat berisi mengenai hasil penelitian atas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih *ar-rahn* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

Bab kelima adalah penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Pengertian Produk

Produk adalah sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk dapat berupa barang (benda berwujud) seperti buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain, jasa (tidak berwujud) seperti jasa dokter, jasa perbankan, jasa perhotelan, dan jasa lainnya.<sup>1</sup> Secara umum produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk jasa perbankan syariah dengan pola umum-umumnya menggunakan akad *tabarru'* yang dimaksud dengan mencari keuntungan, tetapi dimasukkan sebagai fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu produk jasa perbankan yaitu *rahn* (gadai) dengan jasa keuangan.<sup>2</sup>

##### a. Gadai Syariah (*Rahn*)

##### 1) Pengertian gadai syariah (*rahn*)

Gadai adalah suatu hak yang diperoleh orang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang disebutkan kepadanya oleh seorang lain atas namanya, dan memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari

---

<sup>1</sup>Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 52.

<sup>2</sup> Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2007), hlm. 128-129.

barang tersebut secara didahulukan daripada orang berpiutang lainnya.<sup>3</sup>

*Ar-rah*n adalah menahan salah satu harta milik sipeminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.<sup>4</sup> Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutang, secara sederhana dapat dijelaskan bahwa *ar-rah*n adalah semacam jaminan utang atau gadai.

Gadai syariah (*rah*n) adalah pembiayaan yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor.

Adapun tujuan pegadaian syariah terhadap perekonomian adalah:

- a) Membantu orang-orang yang membutuhkan pinjaman dengan syarat mudah.
- b) Pencegahan praktik *ijon*, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya.
- c) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan kebijaksanaan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan

---

<sup>3</sup>Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 387.

<sup>4</sup>Heri Sudarso, *Bank dan Lembaga keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2004), hlm. 170.

nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pembiayaan atau pinjaman atas dasar hukum gadai.

d) Membina perekonomian rakyat kecil dengan menyalurkan kredit atas dasar hukum gadai kepada masyarakat.

## 2) Dasar hukum gadai syariah

Dasar hukum gadai yang menjadi landasan gadai syariah adalah ayat Al-Quran, Hadis nabi Muhammad saw, *Ijma'* Ulama, dan Fatwa MUI. Hal ini diungkapkan sebagai berikut :

### a) Alquran

QS. Al- Baqarah (2) ayat 283 yang digunakan sebagai dasar dalam membangun konsep gadai adalah sebagai berikut.

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِيَ أَمْنَتَهُ وَيَلْتَقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴾

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.<sup>5</sup>

<sup>5</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Diponegoro, 2008), hlm. 49.

b) Hadist Nabi Muhammad SAW

Dasar hukum yang kedua untuk dijadikan rujukan dalam membuat rumusan gadai syariah adalah hadis Nabi Muhammad SAW, yang antara lain diungkapkan sebagai berikut.

Dari Aisyah Radhiyaallahu Anha,

أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ.

*“bahwa Rasulullah Shallallahu Alaihi wa Sallam pernah membeli bahan makanan dari seorang Yahudi dan beliau menggadaikan baju perang dari besi.”*(HR Bukhari-Muslim)<sup>6</sup>

Di dalam Hadis ini terkandung, boleh bermu’amalah dengan orang yang mayoritas hartanya merupakan harta haram, selagi tidak diketahui bahwa objek *mua’malahnya* adalah haram. Ash-Shan’any berkata.” Disini terkandung dalil untuk tidak melihat bagaimana cara *mua’malah* dilingkungan mereka.

c) *Ijma’* Ulama

Jumhur Ulama menyepakati kebolehan status hukum gadai. Hal ini di maksud berdasarkan pada kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga

---

<sup>6</sup> Ahmad Mudjab Mahali & Ahmad Rodli Hasbullah, *Hadis-hadis Muttafaq’alaih* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm.122

mengambil indikasi contoh Nabi Muhammad SAW. Tersebut, ketika beliau beralih dari yang biasanya bertransaksi kepada para sahabat yang kaya kepada seorang Yahudi, bahwa hal itu tidak lebih sebagai sikap Nabi Muhammad SAW. Yang tidak mau memberatkan para sahabat yang biasanya enggan mengambil ganti ataupun harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad saw kepada mereka.<sup>7</sup>

d) Fatwa Dewan Syariah Nasional

Landasan ini kemudian diperkuat dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan.<sup>8</sup>

3) Keuntungan *rahn*:

- a) Produktif, meningkatkan daya guna barang berharga dan aset pun tetap dimiliki.
- b) Praktis, memiliki prosedur sederhana dengan syarat yang mudah dan proses cepat.
- c) Optimal, barang jaminan ditaksir secara cermat dan akurat oleh penaksir berpengalaman, aset pun tetap dimiliki, nilai ekonomi yang sangat wajar karena nilai taksiran yang optimal.
- d) Fleksibel, jangka waktu pinjaman fleksibel dan bebas menentukan pilihan cara dan masa angsuran.

---

<sup>7</sup>Zainuddin Ali, *Op.Cit.*, hlm. 8

<sup>8</sup>Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 140

- e) Menentukan, dikelola secara syariah, barang aman dan terjaga dilembaga terpercaya.
- 4) Persyaratan pinjaman
- a) Menyertakan fotocopi KTP atau identitas resmi lainnya (SIM, Paspur, dll).
  - b) Menyerahkan barang sebagai jaminan (*marhun*) seperti: perhiasan emas, berlian, kendaraan bermotor, dan barang-barang elektronik.
  - c) Untuk kendaraan bermotor menyerahkan dokumen kepemilikan (BPKB) dan fotocopi STNK sebagai pelengkap jaminan.
  - d) Mengisi formulir permintaan pinjaman.
  - e) Menandatangani akad.
- 5) Prosedur pemberian pinjaman
- a) Nasabah mengisi formulir permintaan pinjaman
  - b) Nasabah menyerahkan formulir permintaan pinjaman yang dilampiri dengan fotocopi identitas serta barang jaminan ke loker.
  - c) Petugas pegadaian menaksir agunan (*marhun*) yang diserahkan.
  - d) Besarnya pinjaman (*marhun bih*) adalah sebesar 90% dari taksiran *marhun*.
  - e) Apabila disepakati besarnya pinjaman nasabah, menandatangani dan menerima uang pinjaman.



b. ARRUM (*Ar-rahn* untuk Mikro Kecil)

ARRUM (*Ar-rahn* untuk usaha mikro kecil) adalah pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil atau motor.

1) Keuntungan ARRUM

- a) Menambah modal kerja usaha usaha untuk memperbesar skala bisnis.
- b) Kendaraan yang menjadi jaminan tetap dapat digunakan untuk faktor produksi.
- c) Prosedur dan syarat yang mudah serta waktu dari survei sampai pencairan cepat.
- d) Biaya *ijarah* yang relatif ringan dan biaya administrasi yang tidak memberatkan.
- e) Jangka waktu pembiayaan fleksibel, serta bebas menentukan pilihan pembayaran (angsuran atau sekaligus).

2) Persyaratan pinjaman

- a) Menyerahkan fotocopi KTP atau identitas resmi lainnya.
- b) Menyerahkan dokumen kepemilikan kendaraan bermotor (BPKB) sebagai agunan.
- c) Memiliki usaha produktif nominal telah berjalan satu tahun.
- d) Survei dan analisa kelayakan usaha.
- e) Mengisi formulir permintaan pinjaman.
- f) Menandatangani akad ARRUM.

3) Proses memperoleh pinjaman ARRUM

- a) Mengisi formulir aplikasi pembiayaan ARRUM.
- b) Melampirkan dokumen-dokumen usaha, agunan, serta dokumen, pendukung lainnya yang terkait.
- c) Petugas pegadaian memeriksa keabsahan dokumen-dokumen yang dilampirkan.
- d) Petugas pegadaian melakukan survei analisa kelayakan kelayakan usaha serta menaksir agunan.
- e) Penandatanganan akad pembayaran.
- f) Pencairan pembiayaan.

c. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk investasi Abadi)

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil. MULIA (*Murbahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan Logam Mulia pegadaian kepada masyarakat secara tunai atau dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Akad MULIA menggunakan akad *murabahah* dan *rahn*.

- 1) Keuntungan berinvestasi melalui MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi)
  - a) Alternatif investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.

- b) Jembatan mewujudkan niat mulia untuk menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak dimasa mendatang, dan memiliki tempat tinggal dan kendaraan.
  - c) Merupakan aset yang sangat likuid dalam memenuhi kebutuhan dana yang mendesak, memenuhi kebutuhan modal kerja untuk pengembangan usaha, atau mnyehatkan *cashflow* keuntungan bisnis dan lain-lain.
  - d) Tersedia pilihan logam mulia dengan berat 5 gr, 10 gr, 25 gr, 50 gr, 100 gr, 250 gr dan 1 kg.
- 2) Persyaratan MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi)
- a) Menyerahkan fotocopi KTP atau identitas resmi lainnya.
  - b) Mengisi formulir aplikasi MULIA.
  - c) Menyerahkan uang muka.
  - d) Menandatangani akad MULIA.
- 3) Multi Pembayaran Online (MPO)

Layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telepon, PDAM, TV berlangganan dan lain sebagainya secara online outlet pegadaian diseluruh Indonesia. Merupakan solusi pembayaran cepat yang memberi kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> [www.pegadaian.com](http://www.pegadaian.com) diakses pada tanggal 23 Agustus 2016, Pukul 13.40 WIB

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

### a. Faktor Promosi

Menurut Michael Ray, mendefinisikan promosi sebagai “*the condination of all seller iniated efforts to setup channels of information and persuasion to sell goods and services or promote an idea*” (koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan).

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga ikut mempengaruhi citra bank di mata para nasabah.<sup>10</sup>

#### 1) Lokasi

Lokasi merupakan letak atau tempat dimana pihak pegadaian melakukan promosi untuk memberikan informasi tentang pegadaian syariah. Dengan adanya penyediaan lokasi yang strategis akan meningkatkan peluang seseorang untuk bertransaksi ke pegadaian syariah. Karena dengan adanya lokasi yang strategis disertai dengan penyediaan jaringan kantor yang kuat, nyaman, serta fasilitas pendukung lainnya meningkatkan kepuasan pihak nasabah.

---

<sup>10</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 155-156.

## 2) Biaya

*Ijarah* untuk biaya simpan barang gadai nasabah, dan bagi hasil untuk pembiayaan yang dilakukan di pegadaian syariah. Biaya *ijarah* yang rendah dan biaya administrasi yang murah, juga perpanjangan apabila jatuh tempo yang relatif murah dibanding konvensional menjadi suatu pertimbangan bagi nasabah.

## 3) Keuntungan

Pegadaian mendapatkan keuntungan dari bea sewa tempat dan bukan bunga besar uang yang dipinjamkan. Semakin besar nilai taksiran barang, maka akan semakin besar pula nilai pinjaman bisa yang didapat.

## b. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian produk atau jasa dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli, maksudnya seseorang itu membuat suatu keputusan karena dorongan dari pihak keluarga misalnya anak atau suaminya sedang membutuhkan uang dan dia akhirnya memilih *Ar-rah*n karena mudah dan cepat.<sup>11</sup>

### 1) Diri sendiri

#### a) Usia dan Tahapan siklus hidup

---

<sup>11</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT.Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.222

Konsumsi seseorang atas barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya. Konsumsi dibentuk oleh usia dan tahapan siklus hidup yang terus mengalami perubahan.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka.<sup>12</sup>

c) Kepribadian dan konsep diri

Masing-masing orang memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku konsumsinya. Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis manusia yang berbeda dari setiap orang yang memiliki respon yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.

2) Keadaan ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Yang dimaksud keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilannya, pola waktunya), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap kegiatan berbelanja dan menabung.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>*Ibid*, hlm.223

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm. 223

### 3) Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya.<sup>14</sup>

#### c. Faktor Sosial

Selain faktor promosi dan pribadi, faktor sosial juga mempengaruhi keputusan pembelian produk atau jasa.

##### 1) Kelompok acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Seseorang yang telah dipengaruhi oleh kelompok acuannya dapat membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru, dan mempengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek.

##### 2) Keluarga

Menurut Ali Hasan “keluarga merupakan organisasi kecil yang penting dalam mempengaruhi perilaku anggotanya yang bersumber orang tua.”<sup>15</sup> Sedangkan secara tradisional “keluarga didefinisikan sebagai dua orang atau lebih yang dikaitkan oleh hubungan darah, perkawinan, atau adopsi yang tinggal bersama-sama.”<sup>16</sup> Sedangkan menurut Nugroho “keluarga adalah organisasi

---

<sup>14</sup>*Ibid*, hlm.224

<sup>15</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2010), hlm.53

<sup>16</sup>Leon schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta:Indeks, 2007), hlm 305.

pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang ekstensif.”<sup>17</sup>

### 3) Lingkungan

Lingkungan juga sangat berpengaruh untuk memilih sebuah keputusan. Dimana seseorang melihat orang-orang disekitarnya menggunakan suatu produk atau barang otomatis diadakan tertarik untuk menggunakannya.

#### d. Proses Pengambilan Keputusan

Proses psikologi dasar ini memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen proses pengambilan keputusan terdiri atas:<sup>18</sup>

##### a) Kebutuhan atau Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu, dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen.

##### b) Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya kedalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level

---

<sup>17</sup> Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsemen* (Jakarta: Kencana,2003), hlm.42.

<sup>18</sup> *Ibid*, hlm.235-240.



ini, orang hanya sekedar peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin mulai aktif mencari informasi, mencari bahan bacaan, menelpon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok yaitu: sumber pribadi yang terdiri dari keluarga, teman, tetangga, dan kenalan. Sumber komersial yang terdiri dari iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko. Sumber publik seperti media massa dan organisasi penentu peningkat konsumen. Sumber pengalaman yang terdiri atas penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

c) Evaluasi produk

Tidak ada proses evaluasi tunggal sederhana yang digunakan oleh semua konsumen atau satu konsumen dalam semua situasi pembelian. Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, dan model-model terbaru yang memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif. Yaitu model tersebut dianggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional.

Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi konsumen. Pertama, konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan

kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.

d) Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di kumpulan pilihan. Konsumen juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen bisa mengambil lima sub-keputusan: merek, delear, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Dalam pembelian produk sehari-hari keputusannya lebih kecil dan kebebasannya juga lebih kecil.

e) Perilaku pasca pembelian

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

## **B. Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian yang dijadikan referensi dan berkaitan dengan judul yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut:

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

No	Peneliti	Judul	Hasil Skripsi
1.	Sahrial Nasution (2014)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan. (Skripsi, IAIN padangsidimpuan: FEBI, 2014)	Berpengaruh positif Angka <i>R Square</i> sebesar 0,8% menunjukkan bahwa 8,5% variasi keputusan pembelian konsumen Sedangkan sisanya 1,4% terhadap keputusan nasabah memilih Tabungan Mudharabah di PT. Bank Sumut Syariah Cabang Padangsidimpuan.
2.	Jeliana Lubis(Skripsi IAIN Padangsidempuan,2015)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Nasabah Terhadap Tabungan <i>Wadiah</i> di PT. Bank Sumut Cabang Syraiah Padangsidimpuan	Hasil penelitian diperoleh variabel promosi (X1), Pelayanan (X2), dan Bonus (X3) mempengaruhi minat nasabah (Y) terhadap tabungan <i>Wadiah</i> di PT. Bank Sumut Cabang Syraiah Padangsidimpuan.
3.	Winda (2009)	Analisi faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Deposito PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Medan, (Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi USU 2009)	Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan uji t bahwa variabel x yang paling dominan mempengaruhi keputusan nasabah untuk deposito pada PT. bank Tabungan Pensiun Nasional, Tbk Cabang Medan adalah suku bunga.
4.	Arisma Elfia (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Pembiayaan Pada Bank BPR Syariah Gajahtongga Kotopiliang Silungkang, (Jurnal, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang 2015)	Berpengaruh positif untuk variabel dan untuk koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sebesar 58,2% nasabah memilih jasa pembiayaan, sedangkan sisanya 42,8% adalah faktor yang tidak diteliti.

5.	Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution (2013)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menabung di Bank BCA Kota Medan (Studi kasus Etnis Cina)	Angka R square sebesar 0,857 menunjukkan bahwa 85,7% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh ketujuh variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 14,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketujuh variabel yang digunakan dalam penelitian.
----	---	---	--

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian Sahrial Nasution dilakukan pada PT. Bank Sumut Syariah cabang Padangsidempuan pada tahun 2014, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016. Indikator dalam penelitian Sahrial Nasution adalah promosi, pribadi, psikologi, dan sosial, sedangkan penelitian ini indikatornya adalah faktor promosi, faktor pribadi, dan sosial. Untuk metode penelitian Sahrial Nasution menggunakan asumsi klasik, uji hipotesis, dan regresi berganda, penelitian ini juga menggunakan metode asumsi klasik, uji hipotesis, uji regresi berganda, dan uji validitas dan uji reabilitas.
2. Penelitian Jeliana Lubis dilakukan pada Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan pada tahun 2015, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016. Indikator dalam penelitian Jeliana Lubis adalah Promosi, Pelayanan, dan Bonus sedangkan indikator dari penelitian ini adalah faktor promosi, faktor pribadi, dan faktor sosial. Metode penelitian Jeliana Lubis menggunakan uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik dan penelitian ini

juga menggunakan uji regresi berganda, asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji validitas dan uji reabilitas.

3. Penelitian Winda dilakukan pada Bank Tabungan Pensiunan nasional, Tbk Cabang Medan 2009, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016. Indikator dari penelitian Winda adalah suku bunga, fasilitas pelayanan, keamanan dana simpanan, dan promosi, sedangkan penelitian indikatornya adalah faktor promosi, faktor pribadi, dan faktor sosial. Penelitian Winda menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji determinasi, dan penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji validitas dan reabilitas.
4. Penelitian Arisma Elfia dilakukan pada Bank BPR Syariah Gajah tongga Koto Piliang Silungkang pada tahun 2015, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016. Indikator dalam penelitian Arisma Elfia adalah produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses, sedangkan indikator dari penelitian ini adalah faktor promosi, faktor pribadi, dan faktor sosial. Pada skripsi Arisma Elifia menggunakan tehnik analisis data analisis deskriptif dan analisis regresi berganda, sedangkan penelitian ini mnggunakan asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis.
5. Penelitian Monang Ranto Tambunan dan Inggrita Gusti Sari Nasution pada Bank BCA Kota Medan tahun pada 2013, sedangkan penelitian ini dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok pada tahun 2016. Indikator dalam penelitian Monang dan Inggrita adalah

Produk, Pelayanan, Kredibilitas, dan Sosial, sedangkan indikator penelitian ini adalah Faktor Promosi, faktor Pribadi, dan Sosial. Metode penelitian yang digunakan pada skripsi Monang dan Ranto yaitu uji validitas dan uji reabilitas, penelitian ini juga akan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji hipotesis.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian diatas adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.

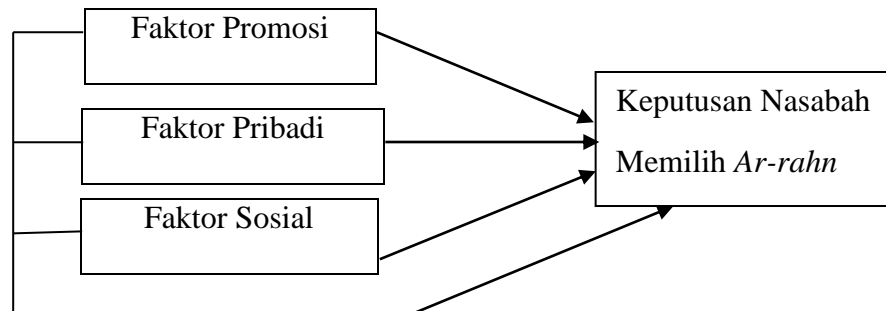
### **C. Kerangka Pikir**

Pegadaian syariah di Unit Pelayanan Syariah Sipirok menyediakan 4 produk, yaitu: 1) Gadai Emas (*Ar-rahn*), 2) *Ar-rum* (*Ar-Rahn* untuk Mikro Kecil), 3) Mulia (*Murabahah* Logam Mulia Untuk Investasi Abadi), dan 4) MPO (Multi Pembayaran Online).

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan suatu keputusan dan keinginan konsumen. Sehingga perusahaan harus membuat produk yang berkualitas dan bervariasi untuk mempengaruhi keputusan nasabah. Adapun beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu: 1) Promosi diperlukan untuk memperkenalkan produk tersebut ke masyarakat, bertujuan untuk menarik minat nasabah dalam memilih produk yang ditawarkan. 2) Pribadi yaitu yang berdasarkan diri sendiri maupun keadaan ekonomi, 3) Sosial yang berdasarkan dari keluarga, kelompok acuan, ataupun lingkungan sekitar.

Dari penjelasan di atas, maka dibuat skema kerangka pikir dibawah ini.

**Bagan 2.1**  
**Skema Kerangka Pikir**



Keterangan:

→ : Mempengaruhi Terhadap

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

Hipotesis merupakan penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian, serta merupakan jawaban sementara yang disusun oleh penelitian yang dilakukan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_{a1}$  : Terdapat pengaruh faktor promosi yang diberikan PT. Pegadaian Syariah terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahm*.

$H_{o1}$  : Tidak terdapat pengaruh faktor promosi yang diberikan PT. Pegadaian Syariah terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahm*.

$H_{a2}$  : Terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahm*.

$H_{o2}$  : Tidak terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahm*.

- H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n.
- H<sub>o3</sub> : Tidak terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n.<sup>19</sup>
- H<sub>a4</sub> : Terdapat pengaruh faktor promosi, pribadi, dan sosial secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n.
- H<sub>o4</sub> : Tidak terdapat pengaruh faktor promosi, pribadi, dan sosial secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n.

---

<sup>19</sup>Bambang Prasetyo dan Lima Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2011), hlm.76.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. Pegadaian (Persero)Unit Pelayanan Syariah Sapiro, yang berlokasi di Jalan Merdeka kelurahan pasar Sapiro. Dan waktu penelitian dilaksanakan mulai April-September 2016.

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

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dimana penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berhubungan dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik, untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu berpengaruh variabel lainnya.<sup>1</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah *Ar-rah*n yang berjumlah 400 pada PT. Pegadaian Syariah Sapiro.

---

<sup>1</sup>Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm.13.

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.115.

## 2. Sampel

Sampel yaitu sebagian individu yang menjadi objek penelitian atau bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup> Tujuan penentuan sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara hanya mengamati sebagian dari populasi.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan melalui sistem acak.

Karena pengambilan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan populasi yang ada didalamnya. Maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Apabila subjeknya lebih dari 100 lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih tergantung kepada kemampuan peneliti.<sup>5</sup> Dengan demikian, karena jumlah populasi mencapai 400, dan keterbatasan peneliti, maka peneliti mengambil sampel 60 nasabah dari jumlah populasi.

## 3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer adalah merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari nasabah dan pengguna *Ar-rahn* unit Pegadaian Syariah Sipirok. Baik dilakukan melalui wawancara, observasi

---

<sup>3</sup>*Ibid*, hlm, 116.

<sup>4</sup> Mardalis, *Metode Penelitian suatu pendekatan proposal*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm.55.

<sup>5</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm.112.

dan alat lainnya.<sup>6</sup> Adapun data primer dikumpulkan peneliti melalui penyebaran angket.

- b. Data Sekunder adalah diperoleh dari literatur, jurnal atau data-data yang berhubungan dengan tujuan penelitian dan dokumen serta arsip yang dimiliki oleh perusahaan.

#### **D. Instrumen Pengumpulan Data**

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

1. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.<sup>7</sup> Untuk mengukur konstruk yang merupakan abstraksi dari fenomena yang dapat berupa kejadian, proses, atribut, subyek, obyek tertentu. Dalam hal ini peneliti menggunakan skala likert (*likert Scale*) yaitu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau ketidaksetujuannya terhadap subjek, objek, atau kejadian tertentu. Skala pengukuran ini menggunakan konsep jarak atau interval yang sama (*equity internal*) karena skala ini menggunakan angka 0 (nol) sebagai titik awal perhitungan. Kuisisioner yang digunakan

---

<sup>6</sup> Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm.87.

<sup>7</sup>*Opcit*, hlm.136.

sebagai instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan rumusan sebagai berikut: <sup>8</sup>

Keterangan	SS	S	N	TS	STS
Nilai	5	4	3	2	1

Keterangan :

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- N : Netral
- TS : Tidak setuju
- STS : Sangat tidak setuju.

## 2. Observasi

Observasi sebagai alat pengumpulan data merupakan observasi yang dilakukan secara sistematis bukan observasi sambil-sambilan atau secara kebetulan saja.<sup>9</sup> Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra lainnya.<sup>10</sup>

## E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm.106.

<sup>9</sup>S.Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003), hlm.106.

<sup>10</sup>Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm.133.

## 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan keandalan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid jika dapat mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas data dengan menggunakan *SPSS (Statistical Product and Services Solution)* versi 22.

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.<sup>11</sup>

Hasil perhitungan  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  *Product Moment* dengan taraf signifikansi 5 %. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item yang diuji valid.<sup>12</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian reliabilitas data dengan menggunakan *SPSS* versi 22 dengan menggunakan teknik *croanbach alpha*. Jika nilai *croanbach alpha*  $> 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah “reliabel”, jika

---

<sup>11</sup>Mudrajat Kuncoro., *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.172.

<sup>12</sup>Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung:Alfabeta, 2015), hlm. 383.

nilai *croanbach alpha*  $< 0,60$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut “tidak reliabel”.<sup>13</sup>

### 3. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat linearitas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yaitu (Y), (X1), (X2), (X3), kaidah yang dilakukan adalah jika nilai p lebih besar 0,05 maka dinyatakan linier, dan jika nilai p lebih kecil 0,05 maka dinyatakan tidak linier.<sup>14</sup>

### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.<sup>15</sup> Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>16</sup>

Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan metode *One Sample* Kolmogorov-Smirnov. Persyaratan data disebut normal dengan melihat nilai *absolute*. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, dan jika  $\text{sig} < 0,05$  maka data dikatakan tidak normal. Pada P plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu y). Apabila plot dari keduanya berbentuk linier (dapat

---

<sup>13</sup>Getut Pramesti, *KupasTuntas Data Penelitian dengan SPSS 22* (Jakarta: PT. Ellex Media Komputindo, 2014), hlm. 26.

<sup>14</sup>Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah SPSS dan Lisrel* (Bandung, Alfabeta, 2015), hlm, 383.

<sup>15</sup>Dwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 28.

<sup>16</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*(Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2005), hlm. 76.

dikatakan garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a) Uji Multikolinearitas

Istilah multikolinearitas mula-mula dikembangkan oleh Gagnar Frisch. Pada mulanya multikolinearitas ini berarti adanya hubungan linier yang “sempurna” atau “pasti”, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi, atau singkatnya dapat diartikan sebagai hubungan linier antara variabel eksplanatoris dari suatu model regresi adalah sempurna. Dengan kriteria pengambilan keputusan yaitu:<sup>17</sup>

VIF > 10 artinya mempunyai persoalan multikolinearitas

VIF < 10 artinya tidak terdapat multikolinearitas

Tolerance < 0,01 artinya mempunyai persoalan multokolinearitas

Tolerance > 0,01 artinya tidak terdapat multikolinearitas.

### b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu jika kondisi variansi *error*-nya (Y) tidak identik.<sup>18</sup> Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas.

---

<sup>17</sup>*Ibid.*, hlm. 332.

<sup>18</sup>*Ibid.*, hlm. 103.

Dengan kriteria suatu regresi dikatakan terdeteksi heterokedastisitas apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.

c) Uji Autokorelasi

Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin-Watson (DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Terjadi autokorelasi positif jika DW dibawah -2 ( $DW < -2$ )
- 2) Tidak terjadi autokorelasi jika DW berada di antara -2 dan +2 atau  $-2 < DW < +2$ .

d) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen produk ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah Y pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok. Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut: <sup>19</sup>

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

Keterangan:

Y : Keputusan nasabah memilih *ar-rahm*

a : Konstanta

$b_1$   $b_2$   $b_3$  : Koefisien regresi atau yang menunjukkan angka

---

<sup>19</sup> Soegyarto Mangkuatmodjo, *Statistik Lanjutan*, (Jakarta:Rineka Cipta,2004), hlm.258.



peningkatan ataupun penurunan variabel  
independen

$X_1$  : Faktor Promosi

$X_2$  : Faktor Pribadi

$X_3$  : Faktor Sosial

$e$  : Batasan kesalahan acak (*Error*).

e) Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisa determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel independen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah besar terhadap variabel dependen.<sup>20</sup>

Rumusnya adalah:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Kd = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Jumlah kuadrat dari koefisien korelasi

---

<sup>20</sup> Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Cv. Andi Offset, 2010), hlm. 654.

## 2) Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam menggunakan perhitungan dengan *software* SPSS 22, maka pengambilan kesimpulan dengan:

(a) Jika  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

(b) Jika  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 3) Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen secara signifikan. Atau untuk mengetahui besarnya peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan.<sup>21</sup>

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

(a) Apabila nilai F hitung  $<$  F tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak ( $\alpha = 0,05$ ).

(b) Apabila nilai F hitung  $>$  F tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima ( $\alpha=0,05$ ).

---

<sup>21</sup>*Ibid*, hlm. 63.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Perkembangan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah**

###### **Sipirok**

Terbitnya PP/10 tanggal 10 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP10 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha PT. Pegadaian (Persero) sampai sekarang.

Berkat rahmat Allah Swt dan setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah. Layanan gadai syariah ini merupakan hasil kerjasama PT. Pegadaian (Persero) dengan Lembaga Keuangan Syariah untuk mengimplementasikan prinsip “*rahn*” yang bagi PT. Pegadaian (Persero) dapat dipandang sebagai pengembangan produk, sedang bagi lembaga keuangan syariah dapat berfungsi sebagai kepanjangan tangan dalam pengelolaan produk *rahn*.

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika dibulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar,

Semarang, Surakarta dan Yogyakarta ditahun yang sama hingga September 2003. Masih pada tahun yang sama, 4 kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.<sup>1</sup>

Pada tanggal 1 April tahun 2010 Pegadaian Syariah membuka unit di Jalan Simangambat Kelurahan Pasar Sapiro, akan tetapi karena lokasi perusahaan yang kurang strategis maka pada tahun 2012 Pegadaian Syariah UPS Sapiro di relokasi dari Jalan Simangambat ke Jalan Merdeka Kelurahan Pasar Sapiro. Hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke Pegadaian karena terletak di pinggir jalan raya Sapiro-Sidimpuan. Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman.

## **2. Visi Dan Misi Pegadaian Syariah**

### **a. Visi**

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis syariah selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

### **b. Misi**

Dalam menjalankan kegiatannya pegadaian memiliki misi yang ingin dicapai yaitu:

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

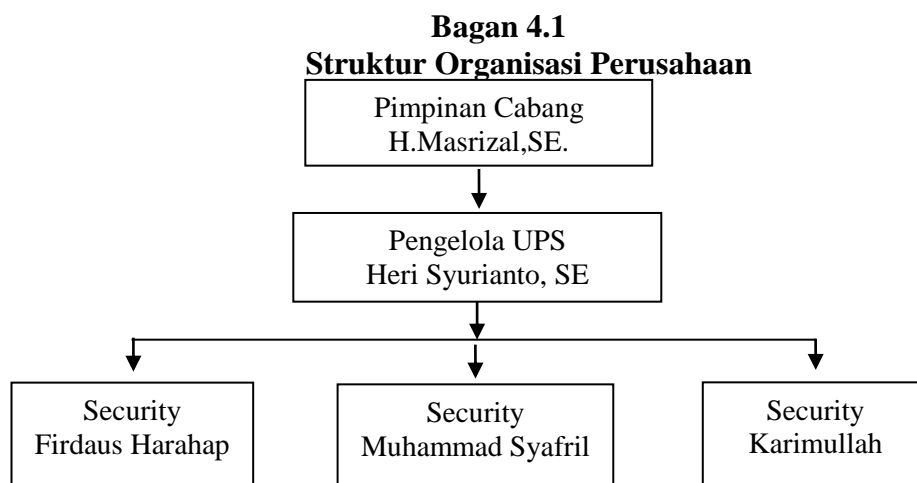
---

<sup>1</sup>Muhammad Habiburrahman, dkk, *Loc.Cit.*

- 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 kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

### 3. Struktur Organisasi PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok

Organisasi merupakan tempat kegiatan dalam usaha mencapai tujuan yang telah diterapkan dari sekelompok manusia yang kerjasama, agar kerjasama tersebut dapat berjalan dengan baik, maka peran adanya pembagian tugas wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing bagian.



#### 4. Pembagian Tugas dan Tanggungjawab

Dalam Pegadaian Syariah ada pembagian tugas dan tanggung jawab pegawainya. Berikut adalah pembagian tugas dan tanggung jawab dari para pegawai yang ada di pegadaian syariah, antara lain:

##### a. Manajer Cabang

Manajer Cabang mempunyai fungsi mengelolah operasional cabang yaitu, menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip Syariah.

Tugas dari manajer adalah

- 1) Menyusun program kerja operasional cabang agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- 2) Mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan (*marhun*) berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan barang jaminan (*marhun*).
- 4) Mengkordinasikan, menyelenggarakan dan mengawasi proses lelang barang jaminan (*marhun*).
- 5) Mengkordinasikan pelaksanaan tugas pekerja bawahan dan membimbing bawahan dalam rangka pembinaan.

##### b. Pengelola Unit

Pengelola unit mempunyai fungsi mengelolah operasional unit yaitu, menyalurkan uang pinjaman secara hukum gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip syariah.

Tugas pengelola unit adalah

- 1) Menyusun program kerja operasional unit agar sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- 2) Mengkoordinasikan kegiatan penaksiran barang jaminan (*marhun*) berdasarkan peraturan yang berlaku.
- 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan barang jaminan (*marhun*).

c. Penaksir

Menaksir barang jaminan (*marhun*) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.

Tugas dari penaksir adalah

- 1) Memberikan pelayanan kepada rahin dengan cepat, mudah dan aman.
- 2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan (*marhun*) untuk menentukan mutu dan nilai barang, menetapkan dan menentukan uang kredit gadai.
- 3) Merencanakan dan menyimpan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

d. Penyimpan agunan

Penyimpan agunan melaksanakan pemeriksaan, penyimpanan dan pengeluaran barang selain barang kantong sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan barang jaminan.

Tugas dari petugas penyimpan agunan adalah

- 1) Menerima barang jaminan selain barang kantong dari Administrasi.
- 2) Melakukan pengelompokan barang jaminan sesuai dengan rubrik dan bulan kreditnya serta menyusun sesuai dengan urutan nomor SBK, dan mengatur penyimpanannya.
- 3) Merawat barang jaminan dari gudang penyimpanan untuk keperluan penebusan, pemeriksaan oleh atasan atau keperluan lain.
- 4) Melakukan pencatatan dan pengadministrasian mutasi (penambahan/pengurangan) barang jaminan yang menjadi tanggungjawabnya.

e. Kasir

Kasir melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang.

Tugas kasir adalah

- 1) Menerima modal kerja harian dari atasan sesuai ketentuan yang berlaku.
- 2) Menyiapkan uang kecil untuk kelancaran pelaksanaan tugas.
- 3) Mencatat penerimaan dari transfer.
- 4) Mencatat penerimaan dari penjualan lelang.
- 5) Mencatat penerimaan lain-lain.
- 6) Melaksanakan pembayaran untuk pinjaman kredit.
- 7) Mencatat pembayaran pengeluaran lain-lain.
- 8) Mencatat pembayaran uang kelebihan.



- 9) Mencatat pembayaran pinjaman pegawai.
- 10) Melayani nasabah yang akan melakukan pelunasan, peminjaman, gadai ulang.

f. **Keamanan (*Security*)**

Keamanan mempunyai fungsi yaitu melaksanakan dan mengendalikan ketertiban dan keamanan di Kantor Cabang.

Tugas keamanan adalah

- 1) Melaksanakan ketertiban dan keamanan di lingkungan Kantor Unit Cabang.
- 2) Memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan.
- 3) Mengatur dan mengawasi ke luar masuknya kendaraan dinas/ non dinas dari dan ke dalam lingkungan Kantor Unit Cabang.
- 4) Mengantar Pengelola Unit Cabang atau pegawai untuk keperluan dinas terutama mengambil atau menyetorkan uang ke bank.

**5. Jumlah Tenaga Kerja dan Jam Kerja**

Dalam Pegadaian Syariah unit pelayanan syariah Sipirok pengelola dan kasir masing-masing satu orang dengan jumlah jam kerja yang sama yaitu dari jam 08:00 - 12:00 kemudian dilanjutkan pada jam 13:30 - 15:30. Sehingga total jam kerja per hari adalah 6 jam. Dimulai dari hari senin sampai sabtu. Sedangkan security di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Sipirok berjumlah 3 orang, yang memiliki 2 pembagian waktu, yaitu jam 08:00 - 20:00 dan waktu malam, yaitu jam 20:00 - 08:00. Dan dilaksanakan secara bergiliran. Sehingga jumlah jam security per hari adalah 12 jam dan dalam satu minggu satu orang 4 hari masa kerja dan 3 hari masa istirahat.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Promosi

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Promosi (X<sub>1</sub>)**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,450	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,254	Valid
Item 2	0,631		Valid
Item 3	0,528		Valid
Item 4	0,515		Valid

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

Dari hasil uji validitas promosi diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-4 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,254 diperoleh dari  $r_{tabel} = n - 2$  (lampiran 16) dengan sampel  $60 - 2 = 58$  adalah 0,254. Dapat disimpulkan bahwa r hitung untuk keseluruhan item pernyataan  $> r_{tabel}$ , sehingga item pernyataan disebut valid.

#### b. Uji Validitas Pribadi

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Pribadi (X<sub>2</sub>)**

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,769	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} =$ 0,254	Valid
Item 2	0,745		Valid
Item 3	0,778		Valid
Item 4	0,778		Valid

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

Dari hasil uji validitas pribadi diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-4 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,254 diperoleh dari  $r_{tabel=n-2}$  (lampiran 16) dengan sampel  $n = 60$  adalah 0,254. Dapat disimpulkan bahwa  $r_{hitung}$  untuk keseluruhan item pernyataan  $> r_{tabel}$ , sehingga item pernyataan disebut valid.

c. Uji Validitas Sosial

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Sosial (X<sub>3</sub>)**

Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Item 1	0,802	Instrumen Valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 60$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,254$	Valid
Item 2	0,844		Valid
Item 3	0,739		Valid
Item 4	0,677		Valid

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

Dari hasil uji validitas pribadi diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-4 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,254 diperoleh dari  $r_{tabel=n-2}$  (lampiran 16) dengan sampel  $n = 60$  adalah 0,254. Dapat disimpulkan bahwa  $r_{hitung}$  untuk keseluruhan item pernyataan  $> r_{tabel}$ , sehingga item pernyataan disebut valid.

## d. Uji Validitas Keputusan Nasabah

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)**

Item Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Uji 1	0,316	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=60$ pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh 0,254	Valid
Uji 2	0,378		Valid
Uji 3	0,394		Valid
Uji 4	0,362		Valid
Uji 5	0,667		Valid
Uji 6	0,528		Valid
Uji 7	0,690		Valid
Uji 8	0,736		Valid
Uji 9	0,789		Valid
Uji 10	0,774		Valid

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

Dari hasil uji validitas keputusan nasabah diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-10 adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sebesar 0,254 diperoleh dari  $r_{tabel}=n-2$  (lampiran 16) dengan sampel  $n = 60$  adalah 0,254. Dapat disimpulkan bahwa  $r_{hitung}$  untuk keseluruhan item pernyataan  $> r_{tabel}$ , sehingga item pernyataan disebut valid

## e. Uji Reliabilitas

Suatu Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  sehingga dapat dikatakan instrumen mempunyai reliabilitas. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Realibilitas Promosi (X<sub>1</sub>)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	4

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

Dari hasil tabel *reability statistic* diatas *Cronbach's Alpha*  $>0,60$  yaitu  $0,737 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel Promosi tersebut reliable, artinya lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Realibilitas Pribadi (X<sub>2</sub>)**  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	4

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

Dari hasil tabel *reability statistic* diatas bahwa *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,893 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel Pribadi tersebut Reliable, artinya lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Sosial (X<sub>3</sub>)**  
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

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

Dari hasil tabel *reability statistic* diatas bahwa *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$  yaitu  $0,888 > 0,60$  Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel Sosial tersebut Reliable, artinya lebih besar dari 0,60.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah (Y)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	10

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

Dari hasil tabel *reability statistic* di atas bahwa *Cronbanch's Alpha* lebih besar dari 0,060 yaitu  $0,848 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan pada variabel Keputusan nasabah adalah Reliable, artinya lebih besar dari 0,60.

**f. Uji Linearitas**

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Linearitas Promosi dengan Keputusan Nasabah ( $X_1$ )**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
K.Nasabah * Promosi	Between Groups (Combined)	847.900	8	105.988	12.776	.000
	Linearity	799.599	1	799.599	96.387	.000
	Deviation from Linearity	48.302	7	6.900	.832	.566
Within Groups	423.083	51	8.296			
Total	1270.983	59				

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

Dari hasil *output* diatas nilai dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel promosi dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear.<sup>2</sup>

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Linearitas Pribadi dengan Keputusan Nasabah (X<sub>2</sub>)**

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
K.Nasabah * Pribadi	Between Groups	(Combined)	925.117	11	84.102	11.672	.000
		Linearity	847.358	1	847.358	117.598	.000
		Deviation from Linearity	77.758	10	7.776	1.079	.396
	Within Groups		345.867	48	7.206		
	Total		1270.983	59			

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

Dari hasil *output* diatas nilai dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pribadi dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear.

<sup>2</sup> Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data & Uji Statistik)* (Yogyakarta: PT. BUKU KITA, 2008), hlm.38.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Linearitas Sosial (X<sub>3</sub>)**

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
K.Nasabah * Sosial	Between Groups	(Combined) Linearity	1113.971	10	111.397	34.764	.000
		Linearity	1018.336	1	1018.336	317.799	.000
		Deviation from Linearity	95.634	9	10.626	3.316	.003
	Within Groups		157.013	49	3.204		
Total			1270.983	59			

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

Dari hasil *output* diatas nilai dapat diketahui bahwa nilai signifikan pada linearity sebesar 0,000. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel sosial dan keputusan nasabah terdapat hubungan yang linear.

**g. Uji Normalitas**

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61292523
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.061
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

a. Test distribution is Normal.

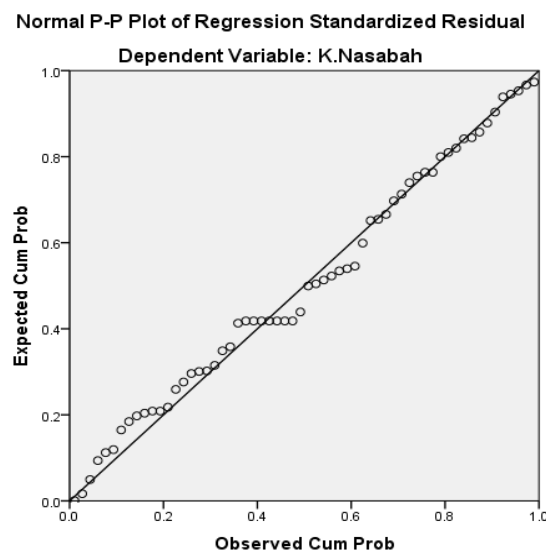
b. Calculated from data.



- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0.200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji *komologrov smirnov*. Selain itu data yang baik juga dapat dilihat melalui kurva. Data yang memiliki kurva dengan pola titik mengikuti garis diagonal dapat dikatakan normal. Seperti yang terlihat pada kurva dibawah ini.

**Gambar 4.1**  
**Metode Grafik Uji Normalitas**



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

#### **h. Uji Asumsi Klasik**

##### **1) Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel

penjelasan (variabel bebas) dari model regresi berganda. Peneliti akan mengujinya melalui SPSS 22. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah:

“jika nilai *Variance Inflation Factor* VIF <10 dan nilai *tolerance* > 0,1.

**Tabel 4.13**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.469	1.890		3.423	.001		
Promosi	.728	.168	.298	4.338	.000	.458	2.184
Pribadi	.301	.154	.159	1.954	.056	.328	3.052
Sosial	1.088	.144	.574	7.544	.000	.373	2.683

a. Dependent Variable: K.Nasabah

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

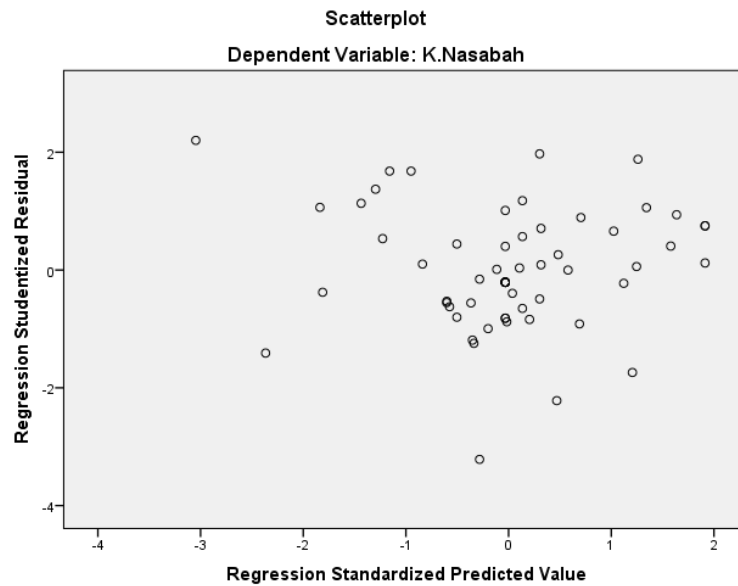
Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF dari variabel promosi adalah  $2,184 < 10$ , variabel pribadi adalah  $3,052 < 10$  dan variabel sosial adalah  $2,683 < 10$ . Sehingga dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil dari 10 (VIF<10).

Sementara itu nilai *Tolerance* dari variabel promosi adalah  $0,458 > 0,1$ , variabel pribadi adalah  $0,328 > 0,1$  dan variabel sosial adalah  $0,373 > 0,1$ . Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1 (*tolerance* > 0,1).

Berdasarkan penilaian dari tabel diatas maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4.2**  
**Uji Heterokedastisitas**



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

Berdasarkan output diagram di atas pencar residul tidak membentuk suatu pola tertentu. Kesimpulannya, regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas.

## 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi terdapat kondisi serial atau tidak antara variabel pengganggu dengan ketentuan nilai DW lebih besar dari -2 dan lebih kecil +2.

**Tabel 4.14**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.938 <sup>a</sup>	.879	.873	1.656	1.703

a. Predictors: (Constant), Sosial, Promosi, Pribadi

b. Dependent Variable: K.Nasabah

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

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijelaskan tidak terjadi autokorelasi karena Durbin-Watson sebesar 1,703. karena lebih besar dari -2 dan lebih kecil dari +2. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan nilai DW yaitu sebesar  $-2 < 1,703 < +2$ .

#### 4) Analisis Regresi Berganda

**Tabel 4.15**  
**Uji Regresi Berganda**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.469	1.890		3.423	.001
	Promosi	.728	.168	.298	4.338	.000
	Pribadi	.301	.154	.159	1.954	.056
	Sosial	1.088	.144	.574	7.544	.000

a. Dependent Variable: K.Nasabah

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

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1PR + b_2PB + b_3SO$$

$$K. Nasabah = 6,469 + 0,728PR + 0,301PB + 1,088SO$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

PR = Promosi

PB = Pribadi

SO = Sosial

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Konstanta sebesar 6,649 artinya apabila variabel Promosi, Pribadi dan Sosial dianggap konstan atau 0 maka Keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* adalah sebesar 6,649.
- b) Koefisien regresi variabel Promosi sebesar 0,728, artinya apabila faktor Promosi dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah memilih *ar-rahn* juga meningkat sebesar 0,728, dengan catatan variabel yang lainnya tetap.
- c) Koefisien regresi variabel Pribadi sebesar 0,301 artinya apabila Faktor Pribadi dianggap konstan atau 0 maka Keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* akan meningkat sebesar 0,301, dengan catatan variabel yang lainnya tetap.
- d) Koefisien regresi variabel Sosial sebesar 1,088 artinya apabila Faktor sosial dianggap konstan atau 0 maka Keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* akan meningkat sebesar 1,088, dengan catatan variabel yang lainnya tetap.

## 5) Analisis Data

### a) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.16**  
**Uji Determinasi  $R^2$**   
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.938 <sup>a</sup>	.879	.873	1.656	1.703

a. Predictors: (Constant), Sosial, Promosi, Pribadi

b. Dependent Variable: K.Nasabah

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

Berdasarkan output diatas diperoleh angka  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,879 atau 87,9 %. Hal ini menunjukkan bahwa *Adjusted R<sup>2</sup>* 0,879 berarti 87,9 % keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n dijelaskan oleh ketiga variabel independen (Promosi, Pribadi dan Sosial) dan sisanya 0,121 berarti 12,1 % dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti biaya ijarah, pelayanan, dan budaya.

### b) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independent (Promosi, Pribadi dan Sosial) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Keputusan nasabah). Adapun hasil analisis regresi *output* sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Uji Parsial (t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.469	1.890		3.423	.001
Promosi	.728	.168	.298	4.338	.000
Pribadi	.301	.154	.159	1.954	.056
Sosial	1.088	.144	.574	7.544	.000

a. Dependent Variable: K.Nasabah

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

(1) Variabel Promosi

Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi sebesar 4,338  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,672 (lampiran 15), diperoleh dari tabel t dengan (df)  $n-k-1$  dimana  $n$  = jumlah sampel dan  $k$  = jumlah variabel independen, jadi  $df = 56$ . Maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,338 > 1,672$  yang artinya  $H_a$  diterima. Dapat dikatakan bahwa secara parsial ada pengaruh faktor promosi terhadap keputusan nasabah.

(2) Faktor Pribadi

Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  variabel pribadi sebesar 1,954 dan untuk  $t_{tabel}$  sebesar 1,672. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu ( $1,954 > 1,672$ ), maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n pada PT. Pegadaian Syariah Sipirok.

## (3) Faktor Sosial

Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,544,  $t_{tabel}$  sebesar 1,672. Hal ini berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu (7,544 > 1,672) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh faktor sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian Syariah Sapiro.

## c) Uji Simultan (Uji f)

**Tabel 4.18**  
**Uji (Simultan)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1117.493	3	372.498	135.904	.000 <sup>b</sup>
Residual	153.490	56	2.741		
Total	1270.983	59			

a. Dependent Variable: K.Nasabah

b. Predictors: (Constant), Sosial, Promosi, Pribadi

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

Dari hasil output di atas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 135,904 dan  $F_{tabel}$  2,77, untuk signifikan  $\alpha = 0,000$  dengan jumlah variabel 3 dan jumlah sampel 60, hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,77. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , (135,904 > 2,77) maka  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi, Pribadi dan Sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan nasabah.



## 2. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih *Ar-Rahn* Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Sipirok.

Dari hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa:

- a. Secara parsial variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,338 > 1,672$ ), hasil penelitian ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu Arisma Elfia menyatakan dalam penelitiannya: “terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah, maka promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih *ar-rahn*”.
- b. Secara parsial variabel pribadi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,954 > 1,672$ ), hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu Sahrial Nasution menyatakan” terdapat pengaruh pribadi terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan, maka pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah”.
- c. Secara parsial sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $7,544 > 1,672$ ), hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian monang ranto tambunan menyatakan” terdapat pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah menabung di Bank BCA kota medan (studi kasus Etnis Cina), maka sosial berpengaruh secara parsial terhadap keputusan nasabah”.

Dari uji koefisien determinasi faktor promosi, pribadi, dan sosial mampu mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 87,9 % sedangkan sisanya 12,1 % dipengaruhi faktor lain seperti ijarah, pelayanan dan budaya.

Model regresi ini juga dinyatakan lulus dari asumsi klasik. Nilai VIF yang diketahui antar variabel independen tidak terdapat Multikolinearitas. Untuk uji Heterokedastisitas, grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik – titik menyebar dibatas dan dibawah sumbu Y sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas. Sedangkan dari grafik *normal plot* distribusi normal, dan tidak terdapat autokorelasi dengan melihat nilai *Durbin Watson*. Berdasarkan uji asumsi klasik ini, model regresi ini cukup baik.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sahrial Nasution bahwa faktor promosi, pribadi, dan Sosial berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan nasabah memilih suatu produk dengan konsep islam. Masyarakat lebih memilih prinsip yang berlandaskan syariah dibanding konvensional agar lebih bermanfaat untuk kehidupan dunia dan akhirat.

### **3. Keterbatasan Penulis**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

- a. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis masih kurang.
- b. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana penulis yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
- c. Dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab semua pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
- d. Penulis juga tidak mampu mengontrol semua nasabah dalam menjawab angket yang saya berikan, apakah nasabah memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam skripsi ini, maka penulis mengambil beberapa kesimpulan :

1. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,879. Menunjukkan bahwa 87,9% variabel promosi, pribadi dan sosial mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-Rahn* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit pelayanan Syariah Sapiro. Sedangkan 12,1% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada promosi dengan taraf signifikansi 5 % diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $4,338 > t_{tabel}$  1,672. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Sapiro.

Berdasarkan uji parsial (uji-t) pada pribadi dengan taraf signifikansi 5% diperoleh  $t_{hitung}$  70

3. sebesar  $1,954 > t_{tabel}$  1,672. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak berpengaruh akan tetapi nilai pribadi signifikan lebih besar dari 0,05 terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Sapiro.
4. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada sosial dengan taraf signifikan 5 % diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $7,544 > t_{tabel}$  sebesar 1,672. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rah*n pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Sapiro.

5. Berdasarkan uji simultan (uji-F) dengan taraf signifikansi 5% maka yang diperoleh adalah  $F_{hitung}$  sebesar  $135,904 > F_{tabel} 2,77$  maka variabel promosi, pribadidan sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Sapiro.

## B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih *Ar-rahn* agar lebih menggali lagi faktor-faktor selain dari faktor-faktor yang sudah dimuat dalam penelitian ini, seperti faktor pelayanan, biaya *ijarah*, ataupun faktor budaya, dan lainnya.
2. Untuk pihak pegadaian syariah agar lebih meningkatkan promosi dan sebagainya terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *rahn*, juga ebih memperhatikan dan menyesuaikan kebutuhan nasabah dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah nasabah menggunakan *rahn*.
3. Kepada nasabah agar lebih cermat terhadap pemilihan produk yang digunakan dalam arti produk tersebut dapat memberikan keuntungan kepada nasabah yang menggunakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mudjab Mahali & Ahmad Risdli Hasbullah, *Hadis-hadis Muttafaq'alaih*, Jakarta : Kencana, 2004.
- Ali hasan, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Asmadi Alsar, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Ascarya, *Akad & Produk Bank Syariah*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, Jakarta: Kencana, 2005.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (untuk Analisis Data & uji Statistik)*, Yogyakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Kasmir dan Jakpar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Kencana 2008.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan (Edisi ke 11)*, Jakarta: Raja Grafindo Persada 2012.
- Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Indeks, 2007.
- Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 3* Jakarta: Selemba Empat, 2013.
- Mardalis, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R & D)*, Bandung, Alfabeta, 2012.
- Morissan, *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk bisnis, dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dan Teori ke praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.
- M. habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais, 2012.
- Nasution. S, *Metode Research ( Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: Bumi Aksara, 2003.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana, 2003.

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, Yogyakarta: cv. Andi Offset, 2010.

Sigit Triandarau dan Totok Budi Santoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Edisi dua, Jakarta: Selemba Empat, 2000.

Simamora Henry, *Manajemen Pemasaran International*, Jakarta: Selemba Empat, 2000.

Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2004.

Soegyarto Mangkuatmodjo, *Statistik Lanjutan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

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

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Melda Yanti Harahap
2. Tempat/Tgl. Lahir: Panompuan/ 26 November 1993
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Panompuan Julu
6. Email : meldayanti686@yahoo.com.**id**
7. No. Handphone : 082165495443

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD Negeri 100605 Panompuan (2000-2006).
2. SMP Negeri 3 Panompuan Jae (2006-2009).
3. SMA Negeri 3 Padangsidempuan (2009-2012).
4. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2012-Sekarang).



Lampiran 1

**ANGKET**

**Karakteristik Responden**

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk menjawab pertanyaan dibawah ini:

Berilah tanda *checklist* ( √ ) pada kolom jawaban yang tersedia yang sesuai dengan pilihan anda.

- 1. Nama : .....
- 2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
- 3. Umur :  < 30 th  30-40 th  > 40 th
- 4. Agama :  Islam  Kristen  Katolik
  
- 5. Pendidikan Terakhir :  SMA  Diploma  Sarjana  
 Lainnya
- 6. Pekerjaan :  PN  Swasta  
Wiraswasta   
Mahasiswa

**Petunjuk Pengisian Angket**

- 1. Bacalah secara seksama setiap soal yang tersedia.
- 2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda *checklist* (√)
- 3. Keterangan jawaban :  
SS : Sangat Setuju = 5  
S : Setuju = 4  
N : Netral = 3  
TS : Tidak Setuju = 2  
STS : Sangat Tidak Setuju = 1
- 4. Tidak ada pengaruh angket ini terhadap pribadi Bapak/Ibu, mohon agar menjawabnya dengan sebenarnya.
- 5. Setelah diisi, angket ini mohon dikembalikan kepada saya.

6. Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian dan pengembalian angket ini, saya ucapkan terima kasih.

**Tanggapan Responden Tentang Pertanyaan Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Ar-rahn di PT. Pegadaian Syariah Sipirok (Variabel X)**

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
<b>A</b>	<b>Faktor Promosi (<math>x_1</math>)</b>					
1.	Saya memilih gadai syariah karena lokasi dekat dengan rumah saya					
2.	Saya memilih gadai syariah karena biaya murah dan sudah disepakati diawal untuk tebusan barang gadai					
3.	Saat menggadaikan emas saya memperoleh keuntungan yang cukup					
4.	Saya melakukan penebusan barang gadaian disaat harga emas turun					
<b>B</b>	<b>Faktor Pribadi (<math>x_2</math>)</b>					
5.	Saya memilih gadai emas karena berdasarkan keinginan saya sendiri					
6.	Pegadaian Syariah memberikan tempat yang tepat kepada masyarakat saat keadaan ekonomi mendesak					
7.	Saya memilih gadai emas karena dekat					

	dengan karyawan pegadaian syariah					
8.	Saya pernah mengalami penambahan persyaratan sewaktu harga emas naik ataupun turun					
<b>C</b>	<b>Faktor Sosial (x<sub>3</sub>)</b>					
9.	Saya memilih gadai syariah karena saya diajak oleh teman					
10.	Saya memilih gadai syariah karena dorongan dari keluarga					
11.	Saya memilih gadai syariah karena pengaruh ekonomi yang mendesak					
12.	Tarif jasa simpan barang yang digadaikan sesuai dengan ketentuan Pegadaian Syariah					

**Tanggapan Responden Tentang Pertanyaan Keputusan Nasabah (Variabel Y)**

No.	Pernyataan	Skala Pengukuran Tanggapan Responden				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggadaikan emas di Pegadaian Syariah karena kebutuhan yang mendesak					
2.	Saya menggadaikan emas di Pegadaian Syariah untuk kebutuhan saya					
3.	Saya menggadaikan emas karena produk Pegadaian Syariah sesuai dengan keinginan saya					
4.	Saya menggadaikan emas di Pegadaian					

	Syariah hanya ingin mencoba produk gadai syariah					
5.	Saya ingin mencoba menggadaikan emas karena promosi yang saya dengar menarik					
6.	Menggadaikan emas prosesnya lebih mudah dan cepat					
7.	Proses transaksi gadai emas secara islami					
8.	Saya menggadaikan emas karena kualitas produknya bagus					
9.	Saya sering menggadaikan emas di Pegadaian Syariah					
10.	Rasa aman dalam bertransaksi membuat saya ingin menggadaikan emas lagi					

Lampiran 2

**Hasil tanggapan Responden Terhadap Promosi (X1)**

Responden	Butir Soal				Skor Total
	1	2	3	4	
1	5	4	5	4	18
2	4	3	3	3	13
3	5	4	4	4	17
4	4	3	3	3	13
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	4	4	5	5	18
8	3	4	4	4	15
9	4	4	4	3	15
10	4	4	3	4	15
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	4	4	5	5	18
14	5	4	4	4	17
15	4	4	5	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	5	4	4	17
18	3	4	4	4	15
19	5	4	4	4	17
20	5	4	4	4	17
21	4	4	4	5	17
22	5	4	4	5	18
23	4	4	4	4	16
24	4	3	1	4	12
25	4	4	4	5	17
26	4	4	4	4	16
27	5	4	4	4	17
28	4	4	4	2	14
29	5	5	4	5	19
30	4	4	4	5	17
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	5	5	5	5	20

35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	3	4	4	4	15
39	4	4	4	4	16
40	4	5	4	4	17
41	4	4	4	4	16
42	3	3	4	4	14
43	4	3	3	4	14
44	4	4	4	4	16
45	4	4	5	5	18
46	4	4	5	5	18
47	3	2	4	3	12
48	4	3	4	4	15
49	4	4	4	4	16
50	5	4	5	4	18
51	4	4	5	4	17
52	4	5	5	5	19
53	5	4	5	4	18
54	3	3	4	3	13
55	4	3	4	4	15
56	5	4	4	4	17
57	4	3	4	5	16
58	4	3	4	5	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16

## Lampiran 3

**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pribadi (X2)**

Responden	Butir Soal				Skor Total
	1	2	3	4	
1	4	5	5	5	19
2	2	2	4	4	12
3	4	3	4	4	15
4	2	2	2	2	8
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	3	3	2	3	11
9	3	3	3	3	12
10	4	4	4	4	16
11	4	4	5	4	17
12	4	4	4	4	16
13	4	4	5	4	17
14	5	4	4	4	17
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	3	15
18	3	3	4	4	14
19	3	3	4	4	14
20	3	3	4	4	14
21	4	4	5	4	17
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	3	4	3	13
25	5	4	5	5	19
26	4	4	4	4	16
27	5	4	5	4	18
28	5	2	4	4	15
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16

34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	3	3	4	4	14
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	3	3	4	3	13
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	5	5	4	18
47	2	2	3	3	10
48	3	3	3	2	11
49	4	4	5	5	18
50	4	3	4	4	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	3	4	4	4	15
54	4	4	4	3	15
55	4	3	5	4	16
56	4	4	4	4	16
57	3	4	4	4	15
58	4	4	4	5	17
59	4	3	4	4	15
60	4	4	4	4	16



Lampiran 4

**Hasil Tanggapan Responden Terhadap Sosial (X3)**

Responden	Butir Soal				Skor Total
	1	2	3	4	
1	4	5	5	5	19
2	3	3	3	3	12
3	4	4	4	5	17
4	3	3	3	4	13
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	3	3	3	4	13
9	3	3	3	4	13
10	4	4	4	4	16
11	5	4	4	5	18
12	3	4	4	4	15
13	5	5	4	5	19
14	4	5	4	5	18
15	4	4	4	4	16
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	5	17
18	3	3	4	4	14
19	3	3	4	4	14
20	3	3	4	4	14
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	3	4	4	4	15
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	5	19
28	2	4	2	4	12
29	5	5	4	4	18
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16

34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	4	4	3	4	15
45	4	4	4	4	16
46	4	5	4	4	17
47	3	2	3	3	11
48	1	1	1	3	6
49	4	4	4	4	16
50	3	5	4	5	17
51	3	4	4	4	15
52	4	4	4	4	16
53	3	4	3	5	15
54	4	4	4	4	16
55	3	3	3	4	13
56	4	4	4	4	16
57	4	4	2	4	14
58	4	4	3	5	16
59	4	4	3	4	15
60	4	4	4	4	16



34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
36	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	3	3	3	3	4	4	4	3
39	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
40	5	5	5	4	3	2	4	4	4	4
41	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4
42	5	5	5	2	3	3	4	4	4	3
43	5	5	4	4	2	2	4	4	4	3
44	5	3	3	5	3	3	3	4	3	2
45	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4
46	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2
48	5	4	3	3	3	3	1	3	3	2
49	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4
50	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	4	3	4	4	4	4	4	2
53	5	3	5	4	3	3	3	5	4	4
54	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3
55	5	3	4	5	4	3	3	4	4	4
56	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4
57	5	2	5	5	2	4	2	4	4	4
58	5	5	4	5	3	2	3	5	4	4
59	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
60	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K.Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	847.900	8	105.988	12.776	.000
		Linearity	799.599	1	799.599	96.387	.000
		Deviation from Linearity	48.302	7	6.900	.832	.566
	Within Groups		423.083	51	8.296		
Total			1270.983	59			

## Lampiran 8

Hasil Uji linearitas Promosi (X1)

Hasil uji linearitas Pribadi (x2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K.Nasabah * Pribadi	Between Groups	(Combined)	925.117	11	84.102	11.672	.000
		Linearity	847.358	1	847.358	117.598	.000
		Deviation from Linearity	77.758	10	7.776	1.079	.396
	Within Groups		345.867	48	7.206		

Total	1270.983	59			
-------	----------	----	--	--	--

**ANOVA Table**

**Hasil Uji Linearitas (x3)**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
K.Nasabah * Sosial	Between Groups	(Combined)	1113.971	10	111.397	34.764	.000
		Linearity	1018.336	1	1018.336	317.799	.000
		Deviation from Linearity	95.634	9	10.626	3.316	.003
Within Groups			157.013	49	3.204		
Total			1270.983	59			

## Lampiran 9

### Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61292523
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.061
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

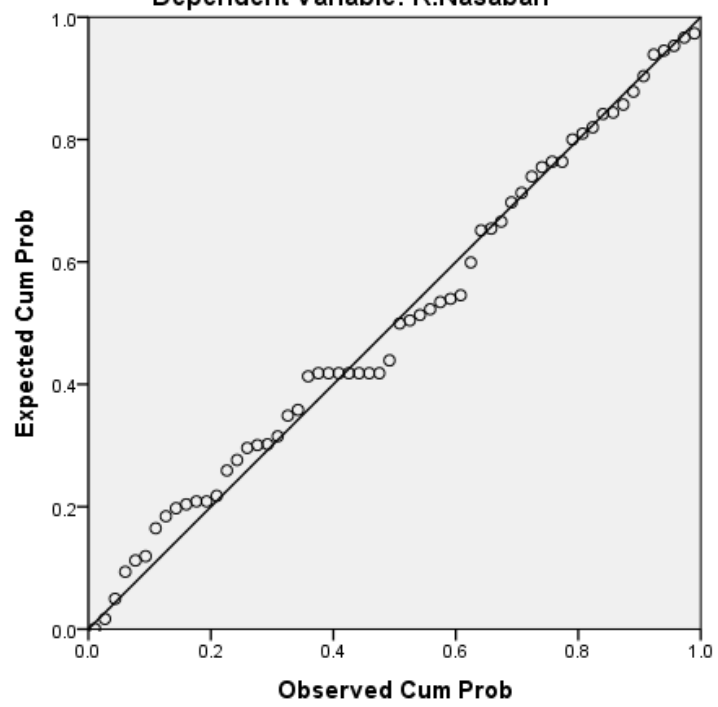
c. Lilliefors Significance Correction.

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



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

**Dependent Variable: K.Nasabah**



## Lampiran 6

### Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X<sub>1</sub>)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	12.27	2.436	.450	.720
item2	12.48	2.084	.631	.619
item3	12.30	2.112	.528	.679
item4	12.25	2.191	.515	.686

### Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi (X<sub>2</sub>)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	11.90	3.346	.769	.861
item2	12.00	3.322	.745	.872
item3	11.65	3.621	.778	.859
item4	11.80	3.620	.778	.859

### Hasil Uji Validitas Variabel Sosial (X<sub>3</sub>)

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	12.05	3.167	.802	.838
item2	11.90	3.142	.844	.819
item3	12.07	3.419	.739	.862
item4	11.68	4.254	.677	.890

**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	35.82	19.847	.316	.851
item2	36.10	18.295	.378	.851
item3	36.27	18.707	.394	.847
item4	36.38	18.342	.362	.853

item5	36.75	16.835	.667	.822
item6	37.02	17.203	.528	.837
item7	36.65	16.808	.690	.820
item8	36.27	17.995	.736	.823
item9	36.47	17.440	.798	.817
item10	36.63	15.965	.774	.811

## Lampiran 7

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi(X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	4

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pribadi (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	4

### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sosial (X<sub>3</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

### **Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)**

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	10

## Lampiran 10

### Hasil Uji Multikolinearitas

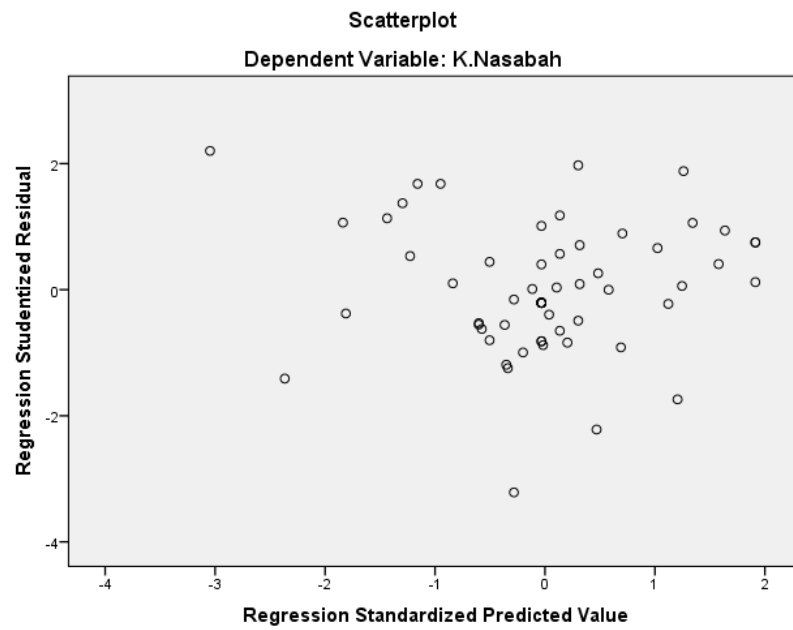
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.469	1.890		3.423	.001
Promosi	.728	.168	.298	4.338	.000
Pribadi	.301	.154	.159	1.954	.056
Sosial	1.088	.144	.574	7.544	.000

a. Dependent Variable: K.Nasabah

## Lampiran 11

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 12

### Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.938 <sup>a</sup>	.879	.873	1.656	1.703

a. Predictors: (Constant), Sosial, Promosi, Pribadi

b. Dependent Variable: K.Nasabah

## Lampiran 13



## Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.469	1.890		3.423	.001		
	Promosi	.728	.168	.298	4.338	.000	.458	2.184
	Pribadi	.301	.154	.159	1.954	.056	.328	3.052
	Sosial	1.088	.144	.574	7.544	.000	.373	2.683

a. Dependent Variable: K.Nasabah

## Lampiran 14

### Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1117.493	3	372.498	135.904	.000 <sup>b</sup>
	Residual	153.490	56	2.741		
	Total	1270.983	59			

a. Dependent Variable: K.Nasabah

b. Predictors: (Constant), Sosial, Promosi, Pribadi

Lampiran 16

TABEL NILAI-NILAI  $r$  PRODUCT MOMENT

N	Signifikansi		N	Signifikansi	
	Tarif 5%	1%		Tarif 5%	1%
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256

<b>26</b>	<b>0,388</b>	<b>0,496</b>	<b>125</b>	<b>0,176</b>	<b>0,230</b>
<b>27</b>	<b>0,381</b>	<b>0,487</b>	<b>150</b>	<b>0,159</b>	<b>0,210</b>
<b>28</b>	<b>0,374</b>	<b>0,478</b>	<b>175</b>	<b>0,148</b>	<b>0,194</b>
<b>29</b>	<b>0,367</b>	<b>0,470</b>	<b>200</b>	<b>0,138</b>	<b>0,181</b>
<b>30</b>	<b>0,361</b>	<b>0,463</b>	<b>300</b>	<b>0,113</b>	<b>0,148</b>
<b>31</b>	<b>0,355</b>	<b>0,456</b>	<b>400</b>	<b>0,098</b>	<b>0,128</b>
<b>32</b>	<b>0,349</b>	<b>0,449</b>	<b>500</b>	<b>0,088</b>	<b>0,115</b>
<b>33</b>	<b>0,344</b>	<b>0,442</b>	<b>600</b>	<b>0,080</b>	<b>0,105</b>
<b>34</b>	<b>0,339</b>	<b>0,436</b>	<b>700</b>	<b>0,074</b>	<b>0,097</b>
<b>35</b>	<b>0,334</b>	<b>0,430</b>	<b>800</b>	<b>0,070</b>	<b>0,091</b>
<b>36</b>	<b>0,329</b>	<b>0,424</b>	<b>900</b>	<b>0,065</b>	<b>0,086</b>
<b>37</b>	<b>0,325</b>	<b>0,418</b>	<b>1000</b>	<b>0,062</b>	<b>0,081</b>

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



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

Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-1198/ln.14/G/G.4b/TL.00/08/2016  
Lamp. : -  
Hal : Mohon Izin Riset

26 Agustus 2016

Yth,  
Pimpinan PT. Pegadaian (Persero)  
Unit Pelayanan Syariah Sapirok  
di-  
Sapirok

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Melda Yanti Harahap  
NIM : 12 220 0111  
Semester : IX (Sembilan)  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Ar- Rahn pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah sipirok**".

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

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,



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

**SURAT KETERANGAN**

No. 125 /Inst.L.01S14B/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heri Syurianto, SE.  
NIK : P.84423  
Jabatan : Pengelola Unit  
Unit Kerja : PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sipirok / CPS. Alaman Bolak

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Melda Yanti Harahap  
NIM : 12 220 0111  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Nama tersebut diatas adalah benar telah melaksanakan Riset untuk menyelesaikan Skripsinya pada kantor PT. Pegadaian (Persero) UPS. Sipirok yang dimulai tanggal 31 Agustus s/d 22 September 2016.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sipirok, 20 Oktober 2016  
PT. PEGADAIAN  
(Persero) UPS, Sipirok  
Pengelola Unit



**Pegadaian**

Heri Syurianto, SE  
NIK. P.84423

Sipirok, 29 Agustus 2016

Nomor : 120/Inst.L.60070/2016  
Lampiran : -  
Urgensi : Biasa  
Hal : Balasan

Kepada Yth,  
Dekan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpun  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
di -

Padang sidimpun

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Dengan hormat,  
Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : Heri Syurianto,SE  
NIK : P.84423  
Jabatan : Pengelola UPS Sipirok


Menerangkan bahwa :  
Nama : Melda Yanti Harahap  
NPM : 12 220 0111  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

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

**"Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih Ar-Rahn pada PT.Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok "**.

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

*Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

 Sipirok, 29 Agustus 2016  
Pengelola UPS Sipirok  
**Pegadaian**  
Heri Syurianto,SE  
NIK P.84423