



**PENGARUH PELAYANAN DAN CITRA PEGADAIAN  
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN  
GADAI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

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

**Oleh**

**NURHASANAH  
NIM. 12 220 0075**

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

**2017**



**PENGARUH PELAYANAN DAN CITRA PEGADAIAN  
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN  
GADAI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

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

Oleh

**NURHASANAH**  
NIM. 12 220 0075

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**PADANGSIDIMPUAN**

**2017**



**PENGARUH PELAYANAN DAN CITRA PEGADAIAN  
SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN  
GADAI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO)  
UNIT SYARIAH SIPIROK**

**SKRIPSI**

*Assalamu alaikum* **Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat**

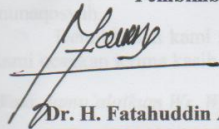
**Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

**dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**

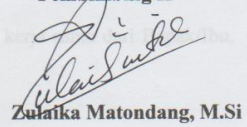
**Oleh**

**NURHASANAH  
NIM. 12 220 0075**

**Pembimbing I**

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

**Pembimbing II**

  
**Zulaika Matondang, M.Si**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH**

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

**2017**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI



**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. **Nurhasanah**

Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, 22 Mei 2017

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. **Nurhasanah** yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sadabuan**". 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

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

PEMBIMBING II

Zulaika Matondang, M. Si

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

### HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : NURHASANAH  
NIM : 12 220 0075  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : **Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit 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.

Padangsidempuan, 22 Mei 2017  
Saya yang Menyatakan,

  
NURHASANAH  
NIM : 12 220 0075

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

---

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

Nama : NURHASANAH  
NIM : 12 220 0075  
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 Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok" beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : Mei 2017  
Yang menyatakan,



NURHASANAH  
NIM. 12 220 0075

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah  
Di : Padangsidempuan  
Tanggal : 22 Mei 2017  
Fakul : 18,00 s.d Selesai  
Hasil/Votat : 74,62 (B)  
Predikat : Amat Baik  
IPK : 3,2



**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** : NURHASANAH  
**NIM** : 12 220 0075  
**JUDUL SKRIPSI** : PENGARUH PELAYANAN DAN CITRA PEGADAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT SYARIAH SIPIROK

**Ketua**

**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
NIP. 19731128 2001112 1 001

**Sekretaris**

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

**Anggota**

**Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag**  
NIP. 19731128 2001112 1 001

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

**Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag**  
NIP. 19750103 2002121 001

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

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**  
**Di** : Padangsidimpuan  
**Tanggal** : 22 Mei 2017  
**Pukul** : 16.00 s/d Selesai  
**Hasil/Nilai** : 74,62 (B)  
**Predikat** : Amat Baik  
**IPK** : 3,2



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

**PENGESAHAN**

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELYANAN DAN CITRA PEGADAIAN SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UNIT SYARIAH SIPIROK

NAMA : NURHASANAH  
NIM : 12 220 0075

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

Padangsidimpuan, 13 Juni 2017  
Dekan,



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



## ABSTRAK

**Nama** : NURHASANAH  
**NIM** : 12 220 0075  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok**  
**Kata Kunci** : **Pelayanan, Citra Pegadaian Syariah dan Keputusan Nasabah**

Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah nasabah gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok pada tahun 2014 kemudian pada tahun selanjutnya jumlah nasabah gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok mengalami penurunan. Pentingnya pelayanan dan citra yang baik dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok sehingga mempengaruhi nasabah untuk menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Rumusan penelitian ini apakah ada pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pelayanan dan citra pegadaian syariah mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang keputusan nasabah, pelayanan dan citra. Yang dimana variabel Y adalah keputusan nasabah, variabel X1 pelayanan dan variabel X2 citra. Teori-teori dijelaskan secara rinci dengan merujuk kepada sumber-sumber yang otoritatif.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 99 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara *parsial* pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,649 > 1,660$ ), citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,567 > 1,660$ ). Berdasarkan hasil uji secara *simultan* bahwa pelayanan dan citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $163,379 > 2,36$ ). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa 76,8 persen variabel pelayanan dan citra mampu mempengaruhi keputusan nasabah dan 23,2 persen sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi

Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Pembimbing I dan Ibu Zulaika Matondang, M.Si selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Bapak Heri Syurianto Pengelola UPS Sipirok yang telah memberi izin peneliti untuk melakukan penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok

serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.

8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Syafril dan Alm Ibunda Efrida yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada kakak-kakak (Desi Maulida, Jenni Syafitri dan Maya Sartika) karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-2 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala

kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 22 Mei 2017

Peneliti,

**NURHASANAH**  
**NIM. 12 220 0075**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PENYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI</b>	
<b>BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSAH</b>	
<b>HALAMA PENGESAHAN DEKAN</b>	
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Definisi Operasional Variabel.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	9
G. Kegunaan Penelitian .....	10
H. Sistematika Pembahasan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori .....	14
1. Pegadaian Syariah.....	14
a. Pengertian Pegadaian Syariah .....	14
b. Dasar Hukum Gadai Syariah .....	16
c. Jasa Pegadaian Syariah .....	17
d. Barang Jaminan Prgadaian Syariah .....	18
2. Keputusan Nasabah .....	19
a. Pengertian Keputusan .....	19
b. Proses Pengambilan Keputusan.....	20
3. Pelayanan .....	23
a. Pengertian Pelayanan .....	23
b. Pelayanan Menurut Perspektif Islam .....	25
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	27
d. Tujuan Pelayanan.....	28
e. Dasar-dasar Prinsip Manajemen Pelayanan .....	28
f. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik.....	30
g. Jenis Layanan .....	32
4. Citra Pegadaian Syariah.....	32
a. Pengertian Citra Pegadaian Syariah.....	32

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra .....	34
c. Peran Citra .....	36
d. Jenis Citra .....	37
e. Komponen-komponen Citra .....	38
B. Penelitian Terdahulu .....	39
C. Kerangka Berpikir .....	43
D. Hipotesis .....	44

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
B. Jenis Penelitian .....	45
C. Populasi dan Sampel .....	46
D. Sumber Data .....	47
E. Instrumen Pengumpulan Data .....	48
F. Analisis Data .....	50
1. Uji Validitas dan Uji Relibilitas .....	51
2. Uji Statistik Deskriptif .....	52
3. Uji Normalitas .....	52
4. Uji Linearitas .....	53
5. Uji Asumsi Klasik .....	53
a. Uji Multikolinearitas .....	54
b. Uji Heteroskedastisitas .....	54
c. Uji Autokorelasi .....	55
6. Analisis Regresi Linear Berganda .....	55
7. Uji Hipotesis .....	56
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	56
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	56
c. Uji Koefisien Determinasi <i>Adjusted</i> ( $R^2$ ) .....	57

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

A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah .....	58
1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah sipirok .....	58
2. Visi dan Misi .....	59
3. Struktur Organisasi .....	61
4. Jasa Pegadaian Syariah .....	62
5. Produk Pegadaian Syariah .....	63
6. Gadai Syariah .....	64
B. Analisis Hasil Penelitian .....	65
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	66
a. Uji Validitas .....	66
b. Uji Reliabilitas .....	68
2. Uji Statistik Deskriptif .....	69
3. Uji Normalitas .....	70
4. Uji Linieritas .....	72
5. Uji Asumsi Klasik .....	73
a. Uji Multikolinearitas .....	73

b. Uji Heteroskedatisitas .....	74
c. Uji Autokorelasi .....	75
6. Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
7. Uji Hipotesis.....	78
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	78
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	81
c. Uji Koefisien Determinasi <i>Adjusted</i> ( $R^2$ ).....	82
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	83
D. Keterbatasan Penelitian .....	87

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	89
B. Saran .....	90

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Uang tunai terkadang menjadi kebutuhan yang sangat mendesak pada waktu tertentu, sebagai proses untuk memperoleh uang tunai tersebut harus cepat. Apabila seseorang ingin meminjam uang tunai di bank, maka harus memiliki jaminan, prosedur rumit dan prosesnya juga lebih lama karena proses pengajuan pembiayaan harus di analisis terlebih dahulu yang membutuhkan waktu berhari-hari. Disamping itu, persyaratan yang sulit untuk dipenuhi seperti dokumen yang harus lengkap, membuat masyarakat kesulitan untuk memenuhinya. Begitu juga dengan jaminan yang diberikan harus barang-barang tertentu, karena tidak semua barang dapat dijadikan sebagai jaminan di bank. Disaat seperti inilah pegadaian muncul sebagai alternatif bagi orang yang membutuhkan uang tunai yang mendesak.

Dengan usaha gadai masyarakat tidak perlu takut kehilangan barang-barang berharganya dan jumlah uang yang diinginkan dapat disesuaikan dengan harga barang yang dijamin. Perusahaan yang menjalankan usaha gadai disebut perusahaan pegadaian dan secara resmi satu-satunya usaha gadai di Indonesia hanya dilakukan perum pegadaian.<sup>1</sup> Gadai (*rahn*) merupakan penyerahan barang (*marhūn*) kepada pihak pemberi utang (*murtahin*) yang dilakukan oleh orang yang berhutang (*rahin*) sebagai

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 233.

jaminan atas hutang yang diterima.<sup>2</sup> Praktik gadai telah ada sejak zaman Rasulullah SAW dan beliau sendiri pernah melakukannya.<sup>3</sup>

Dalam perkembangannya, pegadaian syariah adalah unit Syariah dari perum pegadaian, suatu lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan usahanya dengan sistem gadai. Perum pegadaian sampai saat ini merupakan satu-satunya lembaga formal di Indonesia yang berdasarkan hukum diperbolehkan melakukan pembiayaan dengan bentuk pembiayaan atas dasar hukum gadai.

Pada tanggal 1 April 2010 pegadaian syariah membuka unit di Jalan Simangambat Kelurahan Pasar Sapiro, akan tetapi karena lokasi perusahaan kurang strategis maka pada tahun 2012 Pegadaian Syariah Unit Syariah 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-Padangsidimpun. Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah dan aman.

Pada penelitian ini peneliti memilih PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro karena menyediakan empat macam produk yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Produk-produk tersebut diantaranya produk *Ar-rahn* yaitu jasa gadai yang berupa barang-barang berharga seperti emas, kendaraan, surat-surat berharga dan lain-lain, produk

---

<sup>2</sup> Yazid Afandi, *Fiqh Muamalah dan Implementasinya dalam Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Logung Printika, 2009), hlm. 147.

<sup>3</sup> Muhammad Sholikul Hadi, *Pegadaian Syariah* (Jakarta: Salembah Diniyah, 2002), hlm.

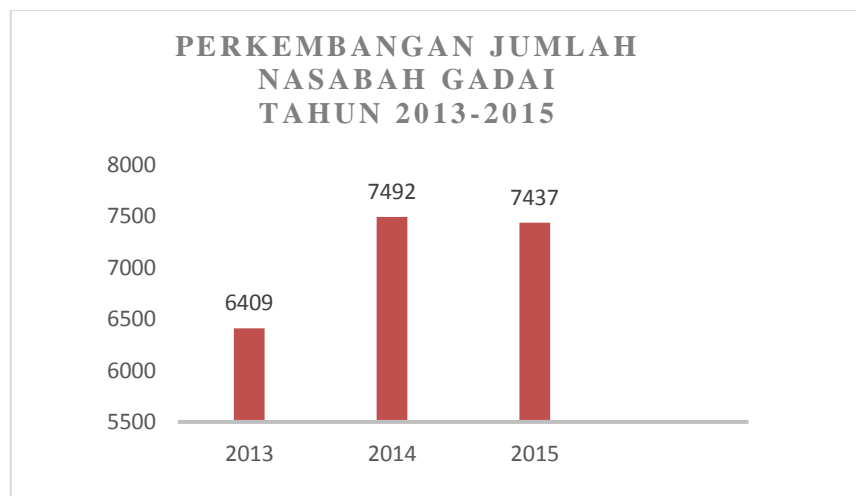
*Ar-rum* yaitu untuk usaha mikro kecil, produk *Mulia* yaitu pembiayaan untuk investasi emas batangan melalui pola secara tunai dan angsuran dan produk *MPO* (*Multi Pembayaran Online*) yaitu layanan untuk pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telpon, TV dan lain-lain.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Nasabah *Rahn* PT Pegadaian (Persero)**  
**Unit Syariah Sapirook**

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

Sumber: Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Sapirook

**Grafik 1.1**  
**Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai**



Berdasarkan tabel 1.1 dan grafik 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah untuk produk *ar-rahn* mengalami peningkatan pada tahun 2014 dari 6409 nasabah pada tahun 2013 menjadi 7492 nasabah pada tahun 2014 dan mengalami penurunan pada tahun 2015 menjadi 7437 nasabah persen pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapirook.

Pegadaian merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan nasabah. Pelayanan menjadi hal wajib bagi pihak pegadaian syariah untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Dengan terciptanya pelayanan yang baik dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara pegadaian dengan nasabah menjadi harmonis, yang dimana akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi pegadaian. Untuk memperoleh kepercayaan yang lebih dari nasabah maka di dalam memberikan pelayanan (*service*) harus dapat menciptakan suasana yang menyenangkan.

Pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan. Pelayanan merupakan salah satu ujung tombak perusahaan dalam meraih sukses menjual produknya. Meskipun perusahaan telah melakukan promosi besar-besaran atau telah melakukan peningkatan kualitas produk yang ditawarkan, namun tanpa didukung oleh pelayanan yang baik, kecil kemungkinan memperoleh hasil yang diinginkan.

Pelayanan yang baik akan memberikan dampak yang positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang mengalami kepuasan dalam bertransaksi dengan pihak pegadaian akan melakukan transaksi ulang dan sebaliknya nasabah yang tidak puas akan meninggalkannya dan beralih ke perusahaan

pesaing. Pelayanan yang optimal akan mampu meningkatkan *image* sehingga citra perusahaan di mata nasabahnya terus meningkat pula. Dengan memiliki citra yang baik, segala yang dilakukan perusahaan akan dianggap baik pula.<sup>4</sup>

Pelayanan yang baik pada akhirnya akan mampu meningkatkan citra perusahaan dimata pelanggannya dan dengan kepemilikan citra itu, maka segala sesuatu yang dilakukan perusahaan akan mudah dipercayai dan dianggap baik oleh pelanggan. Faktor utama yang berpengaruh dalam meningkatkan citra yang baik perusahaan adalah sumber daya manusia.

Dengan didukungnya citra yang baik, akan berdampak pada nasabah yang akan memutuskan untuk menggunakan jasa di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok tentunya akan meningkatnya jumlah nasabah yang menggunakan jasa gadai pada pegadaian tersebut. Citra pegadaian syariah yang baik akan mempengaruhi pikiran nasabah untuk memilih jasa pegadaian syariah.

Untuk menjaga dan meningkatkan kepercayaan nasabahnya maka perlu menjaga citra positif di mata masyarakatnya. Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif.<sup>5</sup> Dalam hal ini pegadaian syariah perlu menyiapkan karyawan

---

<sup>4</sup> Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 3.

<sup>5</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 179.

yang mampu melayani, menangani keinginan dan kebutuhan nasabah agar nasabah dapat memutuskan menggunakan jasa pegadaian syariah.

Berbagai konsep yang berkembang saat ini menyiratkan bahwa citra sebuah perusahaan sangat penting sebagai sarana atau alat untuk meraih keunggulan bersaing di pasar. Untuk dapat maju dan terus berkembang, perusahaan harus membuktikan bahwa perusahaan tersebut dapat dipercaya. Memiliki *image* yang baik dimata masyarakat akan menjadi konsekuensi dari pembentukan citra. Citra dapat mendukung dan merusak nilai yang konsumen rasakan. Citra yang baik akan mampu meningkatkan kesuksesan suatu perusahaan dan sebaliknya citra yang buruk akan memperpuruk kestabilan suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian masalah di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul, yaitu: “Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok”.

## **B. Identifikasi Masalah**

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

1. Terjadinya fluktuasi jumlah nasabah gadai.
2. Pegadaian syariah menyalurkan usahanya dengan konsep gadai sesuai dengan hukum gadai syariah.

3. Pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan yang harmonis dengan nasabahnya.
4. Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
5. Citra yang baik akan meningkatkan jumlah nasabah.
6. Citra perusahaan sangat penting untuk meraih keunggulan bersaing.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah diteliti yakni mengenai pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

### **D. Rumusan Masalah**

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

1. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok?
2. Apakah ada pengaruh citra terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok?

3. Apakah ada pengaruh pelayanan dan citra secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok?

### E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

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

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Pelayanan (X1)	Pelayanan adalah pelayanan dengan standar kualitas yang tinggi dan selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, secara konsisten dan akurat (handal), sesuai dengan standar yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberi pelayanan sehingga mampu memuaskan pihak yang dilayani (nasabah). <sup>6</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bukti Fisik</li> <li>- Keandalan</li> <li>- Daya Tanggap</li> <li>- Jaminan</li> <li>- Perhatian</li> </ul>	Ordinal
Citra (X2)	Citra adalah persepsi yang mencakup keseluruhan dari impresi visual logo sampai	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga</li> <li>- Lokasi</li> <li>- Promosi</li> </ul>	Ordinal

<sup>6</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm.



	kepengamatan dan pengalaman produk, jasa dan perilaku perusahaan secara umum. <sup>7</sup>	- Kualitas Produk	
Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. <sup>8</sup>	- Pengenalan Masalah - Pencarian Informasi - Evaluasi Alternatif - Keputusan Pembelian - Perilaku Pasca Pembelian	Ordinal

## F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa layanan gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapirook.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa layanan gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapirook.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa layanan gadai di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapirook.

## G. Kegunaan Penelitian

<sup>7</sup> Adriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm. 50.

<sup>8</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 15.

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

1. Untuk Penulis
  - a. Meningkatkan ilmu pengetahuan dibidang lembaga keuangan terutama pada pegadaian syariah.
  - b. Menambah pengetahuan tentang adanya pengaruh dan citra terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai pada pegadaian syariah.
  - c. Meningkatkan pola berpikir ilmiah pada penulis.
2. Untuk Pembaca
  - a. Menambah informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh dan citra terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai pada pegadaian syariah.
  - b. Dapat dijadikan sebagai bahan penelitian lebih lanjut dengan menambah permasalahan lain atau sebagai referensi penelitian.
  - c. Sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.
3. Untuk Akademik
  - a. Hasil penelitian diharapkan dapat menyambung kajian ilmu dan pengetahuan.
  - b. Dapat digunakan sebagai masukan untuk bagi semua pihak yang membutuhkan.

- c. Sebagai referensi ilmiah dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh pelayanan dan citra terhadap keputusan nasabah

## **H. Sistematika Pembahasan**

Untuk memberikan gambaran penelitian ini secara sistematis, peneliti membagi susunan dalam lima bab,

Bab I pendahuluan, menceritakan latar belakang penelitian untuk melakukan penelitian berbentuk skripsi yang mengantarkan kepada masalah dan menunjukkan adanya masalah yang menjadi objek peneliti tentang pentingnya pelayanan dan citra yang baik dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Selanjutnya identifikasi masalah berisikan uraian dan penjabaran yang berhubungan dengan masalah yang menjadi objek penelitian. Selanjutnya peneliti membatasi ruang lingkup penelitian hanya pada pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Kemudian definisi operasional variabel peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang diteliti yang akan mengemukakan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti. Rumusan masalah penjabaran yang menjadi pertanyaan yang mengacu kepada identifikasi masalah, batasan masalah dan definisi operasional variabel. Tujuan penelitian merupakan jawaban terhadap rumusan masalah. Kegunaan penelitian yaitu hasil penelitian agar dapat

memberikan manfaat. Sistematika pembahasan berisikan gambaran proses pelaksanaan penelitian secara sistematis.

Bab II landasan teori, berisikan kerangka teori yang dapat mendukung masalah penelitian agar dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, terdiri dari pengertian pegadaian syariah, dasar hukum gadai syariah, jasa pegadaian syariah, pengertian keputusan, proses pengambilan keputusan, pengertian pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, tujuan pelayanan, jenis layanan, pengertian citra, peran citra dan komponen citra. Penelitian terdahulu memuat hasil penelitian peneliti sebelumnya yang memiliki kemiripan dengan masalah atau variabel penelitian yang diangkat. Bertujuan agar penelitian ini bukan merupakan pengulangan tetapi penelitian yang dapat menghasilkan suatu hasil ilmiah yang baru. Kerangka berpikir merupakan paradigma yang dikemukakan oleh peneliti. Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dibuktikan secara empiris dilapangan.

Bab III metodologi penelitian, bab ini berisi tentang lokasi dan waktu penelitian yang dilaksanakan, jenis penelitian berisi tentang penjelasan, populasi dan sampel merupakan keseluruhan dari obyek yang diteliti dan sampel merupakan perwakilan dari populasi yang ada, guna memperkecil jumlah populasi yang diteliti. Sumber data merupakan penjelasan tentang dari mana data peneliti diperoleh. Instrumen pengumpulan data digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dan analisis data digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari

pengaruh tiap-tiap variabel penelitian diantaranya uji validasi dan uji realibilitas, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji t, uji F dan uji koefisien determinasi *adjusted* ( $R^2$ ).

Bab IV hasil penelitian dan pembahasan, bab ini berisi tentang hasil penelitian berupa gambaran umum PT. Pegadaian Syariah, analisis data penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V adalah bab penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

##### **1. Pegadaian Syariah**

###### **a. Pengertian Pegadaian Syariah**

Perusahaan pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menyediakan fasilitas jaminan tertentu. Jaminan nasabah tersebut digadaikandan kemudian ditaksir oleh pihak pegadaian untuk menilai besarnya nilai jaminan. Besarnya nilai jaminan akan mempengaruhi nilai pinjaman.<sup>1</sup>

Secara umum, gadai dapat didefenisikan sebagai transaksi antara nasabah dan lembaga gadai, yaitu nasabah menjamin sejumlah barang berharga yang dimiliki dalam rangka mendapatkan sejumlah dana sesuai dengan nilai barang yang dijaminkan dan akan ditebus pada saat jatuh tempo.

Gadai merupakan suatu hak yang diperoleh kreditur atas barang yang bergerak yang dijadikan sebagai jaminan pelunasan atas utang. Adapun pegadaian merupakan *trademark* dari lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan kegiatan usaha dengan prinsip gadai.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, Op. Cit.*, hlm. 7.

<sup>2</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 276.

Pegadaian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan “Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berutang oleh seseorang yang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.”<sup>3</sup>

Pegadaian syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang digadaikan. Meski tanpa bunga, pegadaian syariah tetap memperoleh keuntungan yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional, yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Biaya itu dihitung dari nilai barang, bukan dari jumlah pinjaman.<sup>4</sup> Jadi, pegadaian syariah adalah jasa simpanan yang memperoleh keuntungan berdasarkan taksiran bukan berdasarkan pinjaman.

*Rahn* adalah menjamin utang dengan barang, dimana utang dimungkinkan bisa dibayar dengannya, atau dari hasil penjualannya.

---

<sup>3</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 387.

<sup>4</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hlm. 66.

*Rahn* dapat juga diartikan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya.<sup>5</sup>

b. Dasar Hukum Gadai Syariah

*Rahn* (gadai) hukumnya boleh berdasarkan dalil Alquran, Hadis dan *Ijma'*.<sup>6</sup> Adapun dalil Alquran, yang dimana firman Allah dalam QS.*Al-Baqarah* ayat 283 dalam membangun konsep gadai yang berbunyi:

فَإِنْ مَّقْبُوضَةٌ فَهُنَّ كَاتِبَاتٌ جِدُّوا أَوْلَمَ سَفَرٍ عَلَىٰ كُنْتُمْ وَإِنْ  
ذِي فَلْيُؤَدِّبَعْضًا بَعْضَكُمْ أَمِنْ

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermuamalah 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 (utangnya) 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>7</sup>

Ayat diatas memuat kewajiban menulis, mengadakan saksi dan mengambil jaminan adalah suatu ketetapan asal di dalam upaya memelihara mu'amalah utang piutang. Dan ayat ini menunjukkan

<sup>5</sup> Ahmad Rodoni & Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Media Intelektual, 2007), hlm. 187.

<sup>6</sup> Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 289.

<sup>7</sup> Depertemen Agama RI, *Tafsir Quran dan Karim* (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1981), hlm. 66.



jika dalam perjalanan dan tak ada juru tulis, hendak terima gadai untuk piutang itu. Tetapi, jika kamu percaya mempercayai, maka tiadalah perlu menerima gadai. Orang yang berutang itu, wajib membayar utangnya yang telah dipercayakan itu dan tidak boleh melanggar perjanjian yang telah dibuatnya, sekalipun tidak dituliskannya.<sup>8</sup>

c. Jasa Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah menawarkan jasa kepada masyarakat dalam beberapa bentuk sebagai berikut:<sup>9</sup>

1) Pemberian Pinjaman

Pemberian pinjaman atau pembiayaan berdasarkan hukum gadai syariah. Produk dimaksud, mensyaratkan pemberian pinjaman dengan penyerahan harta benda sebagai jaminan.

2) Penaksiran Nilai Harta Benda

Penaksiran nilai harta benda yang dilakukan oleh pegadaian syariah merupakan pelayanan berupa jasa atas nilai suatu harta benda kepada warga masyarakat.

3) Penitipan Barang Berupa Sewa (*Ijarah*)

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 65.

<sup>9</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 53-54.

Penitipan barang berupa sewa (*ijarah*) yang dilakukan pegadaian syariah berarti menerima titipan barang dari warga masyarakat berupa surat-surat berharga.

#### 4) *Gold Counter*

*Gold counter* adalah jasa penyediaan fasilitas berupa tempat penjualan emas yang berkualitas eksekutif dan aman yang disediakan oleh pegadaian syariah.

#### d. Barang Jaminan Pegadaian Syariah

Bagi nasabah yang ingin memperoleh fasilitas pinjaman pegadaian syariah, maka hal yang paling penting diketahui adalah masalah barang yang dapat dijadikan jaminan di pegadaian syariah. Dalam hal jaminan, pegadaian syariah menetapkan beberapa jenis-jenis barang berharga yang dapat diterima untuk digadaikan.

Barang-barang tersebut nantinya ditaksir nilainya sehingga dapat diketahui beberapa nilai taksiran dari barang yang digadaikan. Semakin besar nilai taksiran barang, semakin besar pula pinjaman yang akan diperoleh.

Adapun jenis-jenis barang berharga yang dapat diterima dan dijadikan jaminan pegadaian syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Barang-barang atau benda perhiasan, antara lain: emas, perak, intan, berlian, mutiara, plantina dan jam.
- 2) Barang-barang berupa kendaraan seperti mobil (termasuk bajaj dan bemo), sepeda motor dan sepeda biasa (termasuk becak).

- 3) Barang-barang elektronik, antara lain televisi, radio, *tape*, video, komputer, kulkas, tustel dan mesin tik.
- 4) Mesin-mesin seperti mesin jahit dan mesin kapal motor.
- 5) Barang-barang keperluan rumah tangga seperti:
  - a) Barang tekstil, berupa pakaian, permadani atau kain batik.
  - b) Barang pecah belah dengan catatan bahwa semua barang yang dijamin harus dalam kondisi baik dalam arti masih dapat digunakan dan bernilai. Hal ini penting bagi pegadaian syariah mengingat jika nasabah tidak dapat mengembalikan pinjamannya maka barang jaminan akan dilelang sebagai penggantinya.<sup>10</sup>

## **2. Keputusan Nasabah**

### **a. Pengertian Keputusan**

Dalam kamus besar bahasa Indonesia “Keputusan ialah perihal yang berkaitan dengan putusan, segala putusan yang telah ditetapkan sesudah dipertimbangkan, dipikirkan dan sebagainya”. Atau sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Pengambilan keputusan bukanlah mudah. Hal ini harus dilakukan di tengah faktor-faktor yang selalu berubah, informasi

---

<sup>10</sup> Ahmad Rodoni & Abdul Hamid, *Op. Cit.*, hlm. 198-199.

yang tidak jelas dan cara pandang yang berlawanan.<sup>11</sup> Keputusan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam usaha memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi kemudian menetapkan berbagai alternatif yang dianggap paling rasional dan sesuai dengan lingkungan organisasi. Kualitas dari keputusan yang diambil tersebut merupakan standar dari efektivitas mereka.<sup>12</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang dilakukan seseorang untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi.

Pada kebanyakan orang, pengambilan keputusan oleh konsumen (nasabah) seringkali diawali dan dipengaruhi oleh banyaknya rangsang dari luar dirinya, baik berupa rangsangan pemasaran maupun rangsang dari lingkungannya. Rangsangan tersebut kemudian diproses dalam diri sesuai dengan karakteristik pribadinya, sebelum akhirnya diambil keputusan untuk menggunakan suatu produk.

#### b. 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. Para konsumen melewati lima tahap, yaitu:<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> Richard, *Management Manajemen* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), hlm. 400.

<sup>12</sup> Siswanto, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007), hlm. 171-172.

<sup>13</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* ((Jakarta: PT. Indeks, 2008), hlm. 235.

### 1) 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.

### 2) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level 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 dan pajangan di toko. Sumber publik seperti media massa dan organisasi penentu peningkatan konsumen. Sumber pengalaman yang terdiri atas penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

### 3) Evaluasi Alternatif

Evaluasi alternatif dimulai dengan pembentukan dan perubahan dalam sikap terhadap tindakan pembelian. Evaluasi alternatif memanfaatkan kriteria evaluasi standar dan spesifikasi yang digunakan oleh konsumen untuk membandingkan produk dan merek yang berbeda. Kriteria evaluasi dibentuk dan dipengaruhi oleh perbedaan individual dan pengaruh lingkungan.

#### 4) Keputusan Pembelian

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

#### 5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami ketidaksesuaian karena memerhatikan 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 megukuhkan pilihan konsumen dan membantu dia merasa nyaman dengan merek.

### 3. Pelayanan

#### a. Pengertian Pelayanan

Menurut Philip Kotler dalam buku Malayu S.P Hasibuan “Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik”.<sup>14</sup>

Menurut Kasmir “Pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah”.<sup>15</sup>

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.<sup>16</sup>

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik

---

<sup>14</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

<sup>15</sup> Kasmir, *Etika Customer Service, Op. Cit.*, hlm. 15.

<sup>16</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Op. Cit.*, hlm. 152.

tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:<sup>17</sup>

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan yang sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Pelayanan (*service*) adalah melakukan sesuatu bagi orang lain, dalam literatur manajemen setidaknya ada 4 lingkup defenisi *service*, yaitu:

- 1) *Service* menggambarkan berbagai subsektor dalam kategorisasi aktivitas ekonomi seperti, transportasi, *financial*, perdagangan ritel, personal *service*, kesehatan, pendidikan dan layanan publik. Dengan kata lain lingkungannya adalah industri.
- 2) *Service* dipandang sebagai produk *intangible* yang hasilnya lebih berupa aktivitas berupa obyek fisik, meskipun dalam kenyataannya bisa saja produk fisik dilibatkan, ruang lingkungannya adalah tawaran produk.

---

<sup>17</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 211.



- 3) *Service* merefleksikan proses yang mencakup penyampaian produk utama, interaksi personal, kerja serta pengalaman layanan.
- 4) *Service* bisa pula dipandang sebagai sistem yang terdiri atas dua komponen yang utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak atau diketahui pelanggan.

b. Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa atau pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam Alquran surah *Ali Imran* ayat 159 yang berbunyi:<sup>18</sup>

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ  
لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ<sup>ط</sup> فَاعْفُ عَنْهُمْ<sup>ط</sup> وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ<sup>ط</sup> وَشَاوِرْهُمْ  
فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ<sup>ج</sup> إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya: Maka disebabkan rahmat Allah, menjadi lunak hati engkau (ia Muhammad) terhadap mereka. Kalau sekiranya engkau berbudi jahat, berhati kasar, niscaya bercerai-berailah mereka menjauhi engkau, maka maafkanlah mereka dan minta ampunkanlah untuk mereka dan bermusyawarahlah dengan mereka tentang urusan itu. Apabila engkau telah bercita-cita (yang tetap),

<sup>18</sup> M. Quraish Shibab, *Tafsir Al-Mishbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 241.

maka bertakwallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mengasihi orang-orang yang tawakal.<sup>19</sup>

Berdasarkan ayat diatas, Allah memuji Nabi Muhammad karena sikapnya yang lemah lembut, tidak lekas marah kepada umatNya yang tengah dituntut dan didikNya iman mereka lebih sempurna. Namun demikian, kesalahan beberapa orang yang meninggalkan tugasnya, karena laba akan harta itu, namun Rasulullah tidaklah terus marah-marah saja. Melainkan dengan jiwa besar mereka dipimpin.<sup>20</sup> Dalam ayat ini Allah menegaskan, sebagai pujian kepada Rasul, bahwasanya sikap yang lemah lembut itu, ialah karena didalam dirinya telah dimasukkan oleh Allah rahmatNya. Rasa rahmat, belas kasihan, cinta kasih itu telah ditanamkan Allah ke dalam diri beliau, sehingga rahmat itu pulalah yang mempengaruhi sikap beliau dalam memimpin.

Jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut kepada setiap orang. Begitu juga dengan pelayanan yang diberikan kepada nasabah harus sesuai dengan harapan mereka. Bila perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman dengan lemah lembut maka nasabah akan berpindah keperusahaan lain, sehingga karyawan diharapkan memiliki sifat pemaaf dan mengerti keinginan nasabah serta menghilangkan sikap keras hati.

---

<sup>19</sup> Depertemen Agama RI, *Tafsir Quran dan Karim* (Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1981), hlm. 94.

<sup>20</sup> Prof. Dr Hamka, *Tafsir Al-Azhar* (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1980), hlm. 129.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan<sup>21</sup>

- 1) *Tangibles* atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberian jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), serta penampilan pegawainya.
- 2) *Reability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- 4) *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemauan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

---

<sup>21</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*(Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 148.

Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

- 5) *Empaty* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

d. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan prima adalah mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau *customer loyalty*. Pembelotan pelanggan atau berpalingnya pelanggan disebabkan kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan.

Tujuan pelayanan prima dapat memberikan rasa puas dan kepercayaan pada konsumennya, dalam pelaksanaannya pelayanan prima merupakan pelayanan yang sangat baik dengan melampaui harapan nasabah dan harapan yang memiliki ciri khas kualitas.

e. Dasar-dasar Prinsip Pelayanan

Agar pelayanan menjadi berkualitas dan memiliki keseragaman, setiap karyawan perlu dibekali dengan pengetahuan yang mendalam tentang dasar-dasar pelayanan. Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti, antara lain:<sup>22</sup>

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih, dalam melayani nasabah karyawan dituntut untuk berpenampilan semerarik

---

<sup>22</sup> Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 182.

mungkin. Hal ini merupakan hal yang pertama yang dilihat oleh nasabah.

- 2) Percaya diri, bersikap akrab dengan senyum, dalam melayani nasabah karyawan tidak ragu-ragu, yakin dan percaya diri yang tinggi. Dalam melayani nasabah karyawan harus bersikap akrab seolah-olah sudah kenal lama dan murah senyum serta tidak dibuat-buat.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah dikenal, usahakan karyawan menyapa dengan menyebut namanya jika sudah pernah bertemu sebelumnya.
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan nasabah. Dalam melayani nasabah sikap sopan, ramah tamah harus selalu dijaga. Begitu pula dengan emosi harus tetap terkendali dan selaku berlaku tenang dalam menghadapi yang kurang menyenangkan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar merupakan tuntutan untuk mampu berkomunikasi dengan nasabah. Komunikasi dilakukan dapat membuat nasabah tertarik dan terkesan terhadap perusahaan.
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuannya, tunjukkan pelayanan prima seolah-olah karyawan sangat tertarik dengan kemauan dan keinginan nasabah.

- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan, sebelum nasabah selesai berbicara, karyawan dilarang memotong atau menyela pembicaraan.
- 8) Mampu menyakinkan nasabah serta memberikan kepuasan, karyawan harus mampu memberikan kepuasan atas pelayanan yang diberikan kepada nasabah dengan argumen yang masuk akal.
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan. Sebaiknya karyawan tidak menangani tugas yang bukan menjadi wewenangnya.
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahu kapan akan dilayani, pada saat karyawan sibuk dan tidak bisa melayani salah satu nasabah maka beritahukan kepada nasabah kapan dilayani dengan simpatik.

f. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:<sup>23</sup>

- 1) Tersedianya karyawan yang baik, kenyamanan nasabah tergantung dari karyawan yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan dan menarik.

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 34.

- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik, kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan membuat nasabah betah untuk berurusan dengan perusahaan.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah sejak awal hingga selesai, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, karyawan harus mampu melayani dari awal hingga selesai sehingga nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diinginkannya.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat, layanan yang diberikan sesuai dengan prosedur pekerjaan dan jangan membuat kesalahan dalam memberikan pelayanan.
- 5) Mampu berkomunikasi dengan baik dan jelas, karyawan harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dengan jelas dan mudah dimengerti.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, menjaga rahasia perusahaan sama halnya dengan menjaga rahasia nasabah.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, karena karyawan selalu berhubungan dengan manusia, maka nasabah perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuan untuk menghadapi nasabah atau kemampuan dalam bekerja.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan nasabah, karyawan harus cepat tanggap apa yang diinginkan nasabah.

- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah, kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan.

g. Jenis Layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam. Antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:<sup>24</sup>

- 1) Pemberian jasa-jasa saja yang dapat dirasakan merupakan layanan yang hanya bisa dirasakan namun tidak dapat dilihat.
- 2) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja merupakan layanan berupa barang yang bisa dilihat.
- 3) Layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya merupakan layanan yang dapat dirasakan dan dapat dilihat.

#### **4. Citra Pegadaian Syariah**

a. Pengertian Citra

Citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Sebuah organisasi atau perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda-beda pula. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus

---

<sup>24</sup> Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003), hlm. 14.



mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain.<sup>25</sup>

Menurut Jefkins, “Citra perusahaan adalah citra yang dimiliki perusahaan atau lembaga secara keseluruhan”.<sup>26</sup> Citra ini terbentuk oleh riwayat keberhasilan, stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial dan mengadakan riset.

Untuk mengukur citra suatu perusahaan dapat dilakukan evaluasi dari beberapa kriteria berikut ini. Menurut Peters dalam buku Farida Jasfar mengatakan suatu perusahaan dikatakan mempunyai citra yang baik apabila:<sup>27</sup>

- 1) Mempunyai kualitas manajemen yang baik merupakan aspek dari fungsi manajemen keseluruhan yang menetapkan dan menjalankan kebijakan suatu organisasi.
- 2) Mempunyai kesan baik dari sudut pandang karyawan, seorang manajer harus perhatian kepada karyawan yang menyampaikan aspirasi sehingga karyawan merasa diperhatikan dan dihargai eksistensi dan usulannya.

---

<sup>25</sup> Kasali Rhenald, *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia* (Jakarta: Graffiti, 2003), hlm 30.

<sup>26</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 75.

<sup>27</sup> Farida Jasfar, *Manajemen Jasa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm. 184.

- 3) Selalu melakukan pembaharuan, seorang manajer harus memperbaharui untuk melakukan perbaikan, menyajikan sesuatu yang baru yang berbeda dengan yang sudah ada.
- 4) Mempunyai harapan untuk berkembang lebih lanjut di masa yang akan datang, perusahaan harus melakukan inovatif.
- 5) Selalu berorientasi kepada keinginan-keinginan konsumen, yang dimana karyawan harus mampu memberikan pemecahan masalah yang dihadapi oleh para konsumen.
- 6) Mempunyai kualitas barang dan jasa yang tinggi, kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan yang dibutuhkan.
- 7) Aktif di dalam memberikan informasi mengenai aktivitas-aktivitas perusahaan kepada masyarakat agar konsumen mengetahui perkembangan produk atau jasa perusahaan.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra

Dalam buku Farida Jasfar, Peters memberikan beberapa faktor yang menentukan citra suatu organisasi, yaitu sebagai berikut:<sup>28</sup>

- 1) Kepemimpinan (*leadership*), karena citra perusahaan sangat tergantung pada manajemen puncak.
- 2) Kebijakan dan strategi (*policy and strategy*), agar perusahaan dapat dibina dan dikembangkan, kebijakan

---

<sup>28</sup> Farida Jasfar, *Ibid.*, hlm. 185.

maupun strategi yang akan dijalankan harus fokus pada kepentingan dan keinginan konsumen.

- 3) Kebijakan sumber daya manusia (*personnel policy*), sumber daya manusia merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam membangun dan mempertahankan citra.
- 4) Pengelolaan kekayaan (*asset management*), pengelolaan kekayaan berkaitan dengan keputusan jangka panjang yang meliputi investasi dalam jumlah besar untuk membangun teknologi informasi, peralatan maupun mesin-mesin.
- 5) Pengelolaan proses (*process management*), dalam proses manajemen jasa, perusahaan harus mempersiapkan strategi produk, cara penentuan harga termasuk akuntansi dan administrasi, promosi dan cara penyampaian.
- 6) Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*), kepuasan konsumen salah satu ukuran dari kualitas jasa yang disampaikan.
- 7) Kepuasan karyawan (*employee satisfaction*), tenaga kerja yang baik pada suatu perusahaan jasa adalah aset yang paling berharga untuk mendapatkan tenaga yang handal, perusahaan harus menyediakan investasi yang cukup besar.
- 8) Tanggung jawab sosial (*societal responsibility*), tanggung jawab sosial merupakan faktor penting dalam membangun citra yang positif.

- 9) Hasil usaha (*business result/profit*), keberhasilan suatu usaha tergantung pada kemampuan untuk mengelola konsumen, karyawan dan hasil usaha.

c. Peran Citra

Terdapat empat peran citra bagi organisasi, antara lain:<sup>29</sup>

- 1) Citra menceritakan harapan bersama dengan kampanye pemasaran eksternal, seperti periklanan, penjualan pribadi dan komunikasi dari mulut ke mulut. Citra mempunyai dampak pada adanya pengharapan.
- 2) Citra sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan. Jika citra baik, maka citra menjadi pelindung. Perlindungan hanya efektif pada kesalahan-kesalahan kecil pada kualitas teknis dan fungsional.
- 3) Citra adalah fungsi dari pengalaman dan juga harapan pelanggan. Ketika pelanggan membangun harapan dan pengalaman dalam bentuk kualitas layanan teknis dan fungsional, kualitas pelayanan yang dirasakan menghasilkan perubahan citra. Jika pelayanan yang dirasakan memenuhi citra atau melebihi citra, citra akan mendapat penguatan dan bahkan meningkat.
- 4) Citra mempunyai pengaruh penting pada manajemen, dengan kata lain citra mempunyai dampak internal. Citra yang kurang

---

<sup>29</sup> Sutisna, *Op. Cit.*, hlm. 332.

nyata akan mempengaruhi sikap karyawan terhadap organisasi yang mempekerjakannya. Citra yang negatif mungkin akan mempengaruhi negatif pada kinerja karyawan, juga pada hubungan dengan pelanggan dan kualitas.

d. Jenis Citra

Frank Jefkins dalam buku Rosady Ruslan mengemukakan ada beberapa jenis citra yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat dan dapat dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut.<sup>30</sup>

- 1) Citra cermin (*mirror image*), citra ini diyakini oleh perusahaan bersangkutan pada pimpinan yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan dari orang luar.
- 2) Citra kini (*current image*), kesan yang baik yang diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau hal lain berkaitan dengan produknya.
- 3) Citra keinginan (*wish image*), citra ini seperti apa yang ingin dan dicapai oleh manajemen terhadap perusahaan atau produk yang ditampilkan lebih dikenal.
- 4) Citra perusahaan (*corporate image*), jenis citra ini berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh konsumen.

---

<sup>30</sup> Rosady Ruslan, *Op. Cit.*, hlm. 77.

- 5) Citra serbaneka (*multiple image*), citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana *public relations* akan menampilkan pengenalan terhadap identitas perusahaan, atribut logo, *front linear*, seragam, gedung dekorasi *lobby* kantor dan penampilan para profesional.
  - 6) Citra penampilan (*performance image*), citra penampilan ini ditujukan kepada subjek, bagaimana kinerja atau penampilan diri para profesional pada perusahaan bersangkutan.
- e. Komponen-komponen Citra

Citra bisa dijelaskan dengan 5 P, yaitu:<sup>31</sup>

- 1) *Product Factor* (faktor produk) pengalaman yang baik dari konsumen atas penggunaan produk yang dihasilkan perusahaan akan menghasilkan persepsi yang baik terhadap citra perusahaan tersebut.
- 2) *Price Factor* (faktor harga) merupakan suatu komponen penentu dalam suksesnya penjualan suatu produk. Tingkat harga yang ditawarkan akan menimbulkan persepsi atas produk yang berkualitas atau tidak.
- 3) *Place Factor* (faktor lokasi), lokasi yang strategis merupakan hal yang penting dalam perusahaan. Wilayah penempatan operasi

---

<sup>31</sup> Lynda Wee & Cynthia Ng-Tang, *Managing the Brick-and-Mortar Retail Stores* (Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer, 2005), hlm. 40.

produk sebuah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan.

- 4) *Promosion Factor* (faktor promosi) merupakan kumpulan aktivitas yang memberitahu kebaikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya. Promosi dapat dikategorikan sebagai komponen dalam campuran pemasaran yang menekankan teknik yang berkesan untuk menjual produk.
- 5) *People Factor* (faktor manusia) komitmen organisasi yang dimiliki karyawan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap citra perusahaan karena dengan komitmen yang baik, sehingga dapat menimbulkan kesan perusahaan memiliki citra yang baik.

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti membuat penelitian terdahulu, yaitu dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

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

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti/ Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Ahmad Ulinuha (2010)	Pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang. (Skripsi Institut Agama Islam	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan citra pegadaian syariah secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang

		Negeri Walisongo Semarang)	
2	Frida Setya Ayu Wulandari (2015)	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pemilihan produk tabungan (Studi pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta). (Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijga Yogyakarta)	Hasil uji persial menunjukkan bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Hasil uji persial menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta. Kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.
3	Suryani (2010)	Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas (studi kasus pada nasabah Bank BNI'46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat). (Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh pada loyalitas. Sedangkan secara persial kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Dan secara persial kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas.
4	Nofi Cahyani (2015)	Pengaruh citra perusahaan, <i>relationship marketing</i> dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) kantor cabang Wonosari).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan, <i>relationship Marketing</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen pada Bank Rakyat Indonesia kantor cabang Wonosari.



		(Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta)	
5	Noor Fuad	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra toko terhadap kepuasan konsumen toko ritel (studi kasus Toko Amin Jaya Jepara). (Skripsi Universitas Diponegoro)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan citra toko berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan konsumen.
6	Conny Sondakh (2012)	Kualitas layanan, citra merek dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah tabungan (studi pada nasabah Taplus BNI Cabang Manado). (Jurnal Universitas Sam Ratulangi)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara persial. Variabel citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara persial. Sementara variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Perbedaan dan persamaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ahmad Ulinuha adalah variabel yang sama yaitu variabel pelayanan (X1), citra pegadaia syariah (X2), dan keputusan nasabah (Y). Sedangkan perbedaannya adalah subjek penelitian terdahulu nasabah pegadaian syariah cabang majapahit semarang.
2. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Frida Setya Ayu Wulandari adalah variabel yang sama yaitu variabel kualitas pelayanan (X1), citra merek (X2), dan keputusan (Y). Sedangkan perbedaannya

adalah produk yang diteliti dan tempat yang diteliti yang dimana penelitian terdahulu pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta.

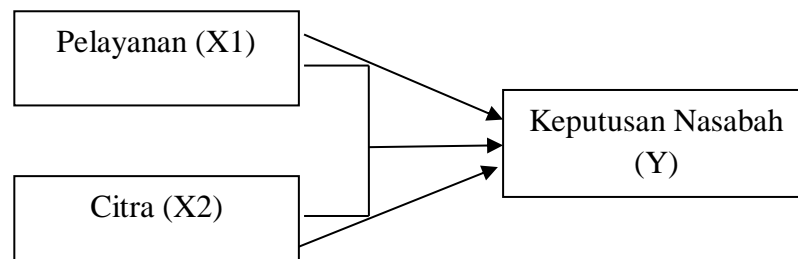
3. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Suryani adalah memiliki variabel yang sama yaitu Kualitas Pelayanan (X1) Citra Merek (X2). Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu memiliki 2 variabel Y yang dimana Kepuasan (Y1) dan Loyalitas (Y2) dan tempat yang diteliti yang dimana penelitian terdahulu pada Bank BNI'46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat.
4. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Nofi Cahyani adalah memiliki variabel (X) yang sama yaitu citra perusahaan dan kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu memiliki 3 variabel X, memiliki Variabel mediasi (M) dan variabel (Y) loyalitas pelanggan dan tempat yang diteliti yang dimana penelitian terdahulu pada Bank BRI Cabang Wonosari.
5. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Noor Fuad adalah memiliki variabel (X) yang sama yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) dan citra toko (X2). Sedangkan perbedaannya penelitian terdahulu memiliki 3 variabel X dan tempat yang diteliti penelitian terdahulu pada Toko Amin Jaya Jepara.
6. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Conny Sondakh adalah memiliki variabel (X) yang sama yaitu variabel kualitas pelayanan (X1) dan citra merek (X2). Sedangkan perbedaannya adalah penelitian terdahulu memiliki 2 variabel Y yang dimana Kepuasan (Y1)

dan Loyalitas (Y2) dan tempat yang diteliti yang dimana penelitian terdahulu pada tabungan Taplus BNI Cabang Manado.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka permikiran merupakan sintesa dari rangkaian yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif dan serangkaian masalah yang ditetapkan.<sup>32</sup>

Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh variabel terikat yaitu pelayanan dan citra pegadaian syariah serta menjelaskan seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

---

<sup>32</sup> Abdul Hamid, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 26.

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan teoritis atau jawaban sementara dalam penelitian.<sup>33</sup> Jawaban sementara ini akan diuji kebenarannya melalui hasil analisis data. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha<sub>1</sub>= Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro.

Ha<sub>2</sub>= Terdapat pengaruh citra terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro.

Ha<sub>3</sub>= Terdapat pengaruh pelayanan dan citra terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro.

---

<sup>33</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 75.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok yang berlokasi di Jalan Merdeka Kelurahan pasar Sipirok. Waktu penelitian ini dilakukan dari 10 Desember sampai 17 Desember 2016.

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

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.<sup>1</sup> Menurut Abdurrahmat Fathoni “penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya”.<sup>2</sup>

Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yang konkrit, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Adapun tujuan penelitian kuantitatif adalah menggambarkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13

<sup>2</sup> Abdurrahman Fahtoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 60.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diteliti”.<sup>3</sup> Kemudian menurut Sudarwan Danim “Populasi adalah *universum*, dimana *universum* itu dapat berupa orang, wilayah atau benda yang ingin diketahui oleh peneliti”.<sup>4</sup> Pada kenyataannya populasi itu adalah sekumpulan kasus yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>5</sup>

Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian. Jadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

### 2. Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro “sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi”.<sup>6</sup> Menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteiliti”.<sup>7</sup>Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili

---

<sup>3</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 96.

<sup>4</sup> Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 173.

<sup>5</sup> Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hlm. 53-54.

<sup>6</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 122.

<sup>7</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

populasi penelitian. Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

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

$$n = \frac{7437}{1 + 7437(0,1^2)}$$

$n = 98,67$  dibulatkan menjadi 99.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* bertujuan dilakukan berdasarkan atas adanya tujuan tertentu.

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

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah yang menggunakan jasa gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok”.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok, jurnal, skripsi dan buku-buku yang relevan.

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

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

#### **1. Kuesioner**

Menurut Husein Umar “teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan tersebut.”<sup>8</sup> Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

---

<sup>8</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.



Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban bagi responden. Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

**Tabel 3.1**  
**Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner**

Skor Sifat Pernyataan	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-Ragu (RR)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Adapun kisi-kisi angket penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Pelayanan**

No	Indikator	No Pertanyaan
1	Bukti Fisik	1, 2, 3
2	Keandalan	4, 5, 6
3	Daya Tanggap	7, 8, 9
4	Jaminan	10, 11
5	Perhatian	12, 13, 14

**Tabel 3.3**  
**Kisi-Kisi Citra**

No	Indikator	No Pertanyaan
1	Harga	1, 2
2	Lokasi	3, 4
3	Promosi	5, 6
4	Kualitas Produk	7, 8

**Tabel 3.4**  
**Kisi-Kisi Keputusan Nasabah**

No	Indikator	No Pertanyaan
1	Pengenalan Masalah	1, 2, 3
2	Pencarian Informasi	4, 5, 6
3	Evaluasi Alternatif	7, 8, 9
4	Keputusan Pembelian	10, 11, 12
5	Perilaku Pasca Pembelian	13, 14, 15

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, brosur, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.<sup>9</sup> Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada nasabah.

## 3. Studi Kepustakaan

Dalam studi pustaka, peneliti mencatat dan mengumpulkan data atau literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yang diperoleh dari buku, majalah, artikel serta laporan lain yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.

## F. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Teknik analisis data yang

---

<sup>9</sup> Suharsimi Arikunto, *Op. Cit.*, hlm 155.

digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 22 sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

- a. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.<sup>10</sup> 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 validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Jika ditemukan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka alat tersebut valid.<sup>12</sup>

- b. Uji Reliabilitas

Menurut sugiono, uji reliabilitas yaitu “kesesuaian alat ukur dengan yang diukur, sehingga alat ukur itu dapat dipercaya atau dapat diandalkan”. Jadi penelitian reliabel belum tentu valid, tetapi penelitian yang valid sudah pasti penelitian reliabel. Setelah diuji validitas instrumen, item-item yang gugur di masukkan kedalam uji reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari

---

<sup>10</sup> Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 51.

<sup>11</sup> Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

<sup>12</sup> Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: Andi, 2015), hlm. 249.

suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.<sup>13</sup> Untuk menentukan apakah instrumen realibel atau tidak suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* dengan batasan 0,600 yang dimana:

Jika nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,600$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.

Jika nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,600$  maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.<sup>14</sup>

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>15</sup> Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data berupa *mean*, *standard deviation*, minimum, maksimum dan lain-lain.

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 175.

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Diponogoro, 2006), hlm. 45.

<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, Op. Cit.*, hlm. 142.

normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pendekatan grafik histogram yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada graik histogram.<sup>16</sup>

Dan metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.<sup>17</sup>

#### 4. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan.<sup>18</sup> Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independendengan variabel dependen. Dua variabel dikatakan hubungan yang linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,1.

#### 5. Uji Asumsi Klasik

Sebuah model akan digunakan untuk melakukan peramalan. Sebuah model yang baik adalah model dengan kesalahan peramalan yang seminimal mungkin. Karena itu, sebuah model sebelum digunakan

---

<sup>16</sup> Syahrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisi Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 55.

<sup>17</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

<sup>18</sup> Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 36.

seharusnya memenuhi beberapa asumsi, yang biasa disebut asumsi klasik.<sup>19</sup> Adapun asumsi klasik digunakan sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.<sup>20</sup>

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:<sup>21</sup>

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>19</sup> Singgih Santoso, *SPSS 20 Pengolah Data Statistik di Era Informasi* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015), hlm. 351.

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 93.

<sup>21</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat, Op. Cit.*, hlm. 165.

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi.<sup>22</sup> Terjadinya autokorelasi jika angka Durbin-Watson (DW) dibawah -2 atau +2. Tidak terjadi autokorelasi jika angka Durbin-Watson (DW) diantara -2 dan +2.<sup>23</sup>

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel yang bebas. Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.<sup>24</sup> Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X1) dan citra (X2) terhadap keputusan nasabah (Y). Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

---

<sup>22</sup> Duwi Priyanto, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 106.

<sup>23</sup> Jonathan Sarwono, *Op. Cit.*, hlm. 111.

<sup>24</sup> Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 303.

$$Y = a + b_1 Pyn + b_2 Ctr$$

Keterangan:

Y	= Keputusan nasabah
a	= Konstanta
$b_1 b_2$	= Koefisien regresi linear berganda
Pyn	= Pelayanan
Ctr	= Citra

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.<sup>25</sup> Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

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

---

<sup>25</sup> Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 244.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 245.



sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar variabel-variabel secara bersama-sama mampu memberi penjelasan mengenai variabel dependen.

Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik.<sup>27</sup>

*Adjusted R Square* adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R<sup>2</sup>* sebagai koefisien determinasi.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 246-247.

<sup>28</sup> Duwi Priyatno, *Mandiri, Op. Cit.*, hlm. 81.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Pegadaian Syariah**

##### **1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok**

Sejarah pegadain syariah terbitnya PP/10 tanggal 10 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP/10 menegaskan misi yang harus emban oleh pegadaian untuk mencegah riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103 /2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha PT. Pegadaian (Persero) sampai sekarang. Banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang bunga bank, telah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Berkat rahmat Allah SWT dan setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.<sup>1</sup>

Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makasar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta ditahun yang sama hingga September tahun 2003. Masih di tahun yang sama pula, empat

---

<sup>1</sup> M. Habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah* (Jakarta: Kuwais, 2012), hlm. 218.

kantor cabang pegadaian di Aceh dikonversi pegadaian Syariah. Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik, seperti tidak memungut bunga sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan/atau bagi hasil.

Pada tanggal 1 April 2010 pegadaian syariah membuka unit di Jalan Simangambat kelurahan Pasar Sapiro, akan tetapi karena lokasi perusahaan kurang strategis maka pada tahun 2012 Pegadaian Syariah Unit Syariah Sapiro di relokasikan 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.

Latar belakang didirikannya pegadaian syariah yaitu:

- a. Untuk mencegah ijon, rentenir dan pinjaman tidak wajar lainnya.
- b. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil.
- c. Untuk mendukung program pemerintah di bidang dan pembangunan nasional.

## **2. Visi dan Misi**

Adapun visi dan misi PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro, yaitu:

- a. Visi PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sapiro ”Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market*

*leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

- b. Misi PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok “Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. 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. Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan”.

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

- a. Inovatif
- b. Nilai Moral Tinggi
- c. Terampil
- d. Adi Layanan
- e. Nuansa Citra

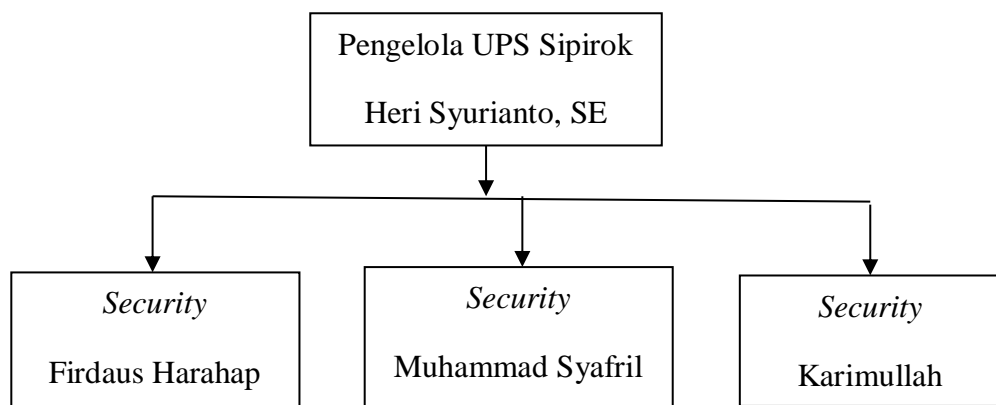
Sepuluh perilaku utama insan pegadaian, yaitu:

- a. Berinisiatif, Kreatif, Produktif dan Adaptif
- b. Berorientasi pada Solusi Bisnis
- c. Taat Beribadah
- d. Jujur dan Berpikir Positif
- e. Kompeten di Bidang Tugasnya
- f. Selalu Mengembangkan Diri
- g. Peka dan Cepat Tanggap
- h. Empatik, Santun dan Ramah
- i. Bangga sebagai Insan Pegadaian
- j. Bertanggung Jawab Atas Aset dan Reputasi Perusahaan

### 3. Struktur Organisasi

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

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



#### 4. Jasa Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah menawarkan jasa kepada masyarakat dalam beberapa bentuk, yaitu:

a. Pemberi pinjaman

Pemberian pinjaman atau pembiayaan berdasarkan hukum gadai syariah. Produk dimaksud, mensyaratkan pemberian pinjaman dengan penyerahan harta benda sebagai jaminan. Harta benda gadai harus berbentuk barang bergerak. Oleh karena itu, pemberian pinjaman sangat ditentukan oleh nilai dan kualitas serta jumlah barang yang akan digadaikan.

b. Penaksiran nilai harta benda

Penaksiran nilai harta benda yang dilakukan oleh pegadaian syariah merupakan pelayanan berupa jasa. Jasa yang ditaksir itu, biasanya meliputi semua harta benda dan tidak bergerak. Biaya yang dikenakan oleh nasabah berupa ongkos penaksiran barang.

c. Penitipan barang berupa sewa (*Ijarah*)

Penitipan barang berupa sewa yang dilakukan pegadaian syariah berarti menerima titipan barang dari warga masyarakat berupa surat-surat berharga misalnya, sertifikat tanah, ijazah, mobil dan sebagainya. Surat-surat penitipan barang berharga dimaksud, diberikan kepada masyarakat yang melakukan perjalanan jauh dalam waktu yang relatif lama. Atas jasa penitipan surat-surat berharga

pegadaian syariah memperoleh penerimaan dari pemilik barang berupa sewa penitipan barang.

d. *Gold Counter*

*Gold Counter* adalah jasa penyediaan fasilitas berupa tempat penjualan emas yang berkualitas eksekutif dan aman yang disediakan oleh pegadaian syariah. *Gold Counter* semacam toko emas galeri. Setiap pembelian di toko milik pegadaian syariah akan dilampiri sertifikat jaminan.

## 5. Produk Pegadaian Syariah

a. Gadai Syariah (*Rahn*)

Gadai syariah (*rahn*) adalah pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai syariah dengan barang jaminan berupa emas, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor.

b. *Arrum* (*Ar-Rahn* untuk usaha mikro)

*Arrum* (*Ar-Rahn* untuk usaha mikro) adalah skim pinjaman dengan sistem gadai syariah bagi para pengusaha mikro dengan sistem pengembangan secara angsuran menggunakan jaminan BPKB mobil atau sepeda motor.

c. Mulia (*Murabahah* logam mulia untuk investasi abadi)

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid dan rill.

*Murabahah* logam mulia untuk investasi abadi memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh pegadaian syariah kepada masyarakat secara tunai atau dengan pola angsuran.

d. Multi Pembayaran *Online* (MPO)

Multi Pembayaran *Online* (MPO) merupakan layanan jasa yang ditawarkan oleh pegadaian syariah daam mempermudah nasabah dalam memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga. Layanan pembayaran online yang ditawarkan diantaranya layanan pembayaran tagihan listrik, telepon, internet, PDAM, indovesion, token listrik, pulsa elektrik serta pembelian tiket kereta apai dan sebagainya secara *online* di *outlet* pegadaian syariah seluruh Indonesia.

e. Amanah (Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor)

Pembiayaan kepemilikan kendaraan bermotor dengan prinsip syariah untuk karyawan tetap.

f. *Remittanc* (Solusi mudah pengiriman atau penerimaan uang)

Layanan pengiriman/penerimaan uang dari dalam dan luar negeri bekerja sama dengan *Waster Union*, Delima dan BNI Smart.

## 6. Gadai Syariah

Produk pegadaian yang umum digunakan nasabah yaitu gadai syariah (*Rahn*). Gadai syariah merupakan produk pemberian pinjaman yang melayani pinjaman untuk memenuhi kebutuhan dana bagi



masyarakat dengan sistem gadai sesuai syariah dengan jaminan berupa emas, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor.

Keuntungan gadai syariah, yaitu:

- a. Produktif
- b. Praktis
- c. Optimal
- d. Fleksibel
- e. Menentramkan

Persyaratan Pinjaman Di Pegadaian Syariah

- a. Menyerahkan fotocopy KTP atau identitas resmi lainnya (SIM, Paspor dan sebagainya).
- b. Menyediakan barang jaminan, seperti:
  - 1) Perhiasan: Emas atau Berlian
  - 2) Barang-barang Elektronik
  - 3) Kendaraan bermotor
- c. Untuk kendaraan bermotor menyerahkan dokumen kepemilikan (BPKB) dan fotocopy STNK sebagai pelengkap jaminan.
- d. Menandatangani akad *rahn*.

## **B. Analisis Hasil Penelitian**

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS versi 22 sebagai berikut:

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikan 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan  $(df)=n-2$ , dimana  $n$ = jumlah sampel, jadi  $df=99-2=97$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,166. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dan nilai positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pelayanan**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Pyn1	0,568	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=97$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ $=0,166$ .	Valid
Pyn2	0,530		Valid
Pyn3	0,571		Valid
Pyn4	0,725		Valid
Pyn5	0,536		Valid
Pyn6	0,622		Valid
Pyn7	0,447		Valid
Pyn 8	0,558		Valid
Pyn9	0,390		Valid
Pyn10	0,515		Valid
Pyn11	0,561		Valid
Pyn12	0,593		Valid
Pyn13	0,459		Valid
Pyn14	0,712		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan nomor 1 sampai 14 untuk variabel pelayanan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,166. Sedangkan  $r_{hitung}$

dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai *r* positif.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Citra**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Ctr1	0,610	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=97$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,166$ .	Valid
Ctr2	0,645		Valid
Ctr3	0,678		Valid
Ctr4	0,382		Valid
Ctr5	0,462		Valid
Ctr6	0,571		Valid
Ctr7	0,601		Valid
Ctr8	0,649		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan nomor 1 sampai 8 untuk variabel citra adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,166. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai *r* positif.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kps1	0,634	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=97$ . Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,166$ .	Valid
Kps2	0,596		Valid
Kps3	0,545		Valid
Kps4	0,597		Valid
Kps5	0,625		Valid
Kps6	0,520		Valid
Kps7	0,375		Valid
Kps8	0,456		Valid
Kps9	0,426		Valid
Kps10	0,446		Valid
Kps11	0,479		Valid
Kps12	0,513		Valid
Kps13	0,621		Valid
Kps14	0,624		Valid
Kps15	0,564		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Pada tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa item pernyataan nomor 1 sampai 15 untuk variabel keputusan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,166. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai  $r$  positif.

#### b. Uji Reliabilitas

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

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Pelayanan	0,883	14
Citra	0,840	8
Keputusan Nasabah	0,879	15

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari hasil tabel 4.4 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan adalah  $0,883 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel pelayanan ( $X_1$ ) adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepuasan adalah  $0,840 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepuasan ( $X_2$ ) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan nasabah adalah  $0,879 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel keputusan nasabah ( $Y$ ) adalah reliabel.

## 2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, minimum, maksimum dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pelayanan	99	39	70	57,19	5,710
Citra	99	17	40	31,26	4,251
Keputusan	99	39	75	60,90	6,608
Valid N (listwise)	99				

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa variabel pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* sebesar 57,19 dengan nilai minimum 39 dan nilai maksimum 70 serta standar deviasinya sebesar 5,710.

Variabel citra dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* sebesar 31,26 dengan nilai minimum 17 dan nilai maksimum 40 serta standar deviasinya sebesar 4,251.

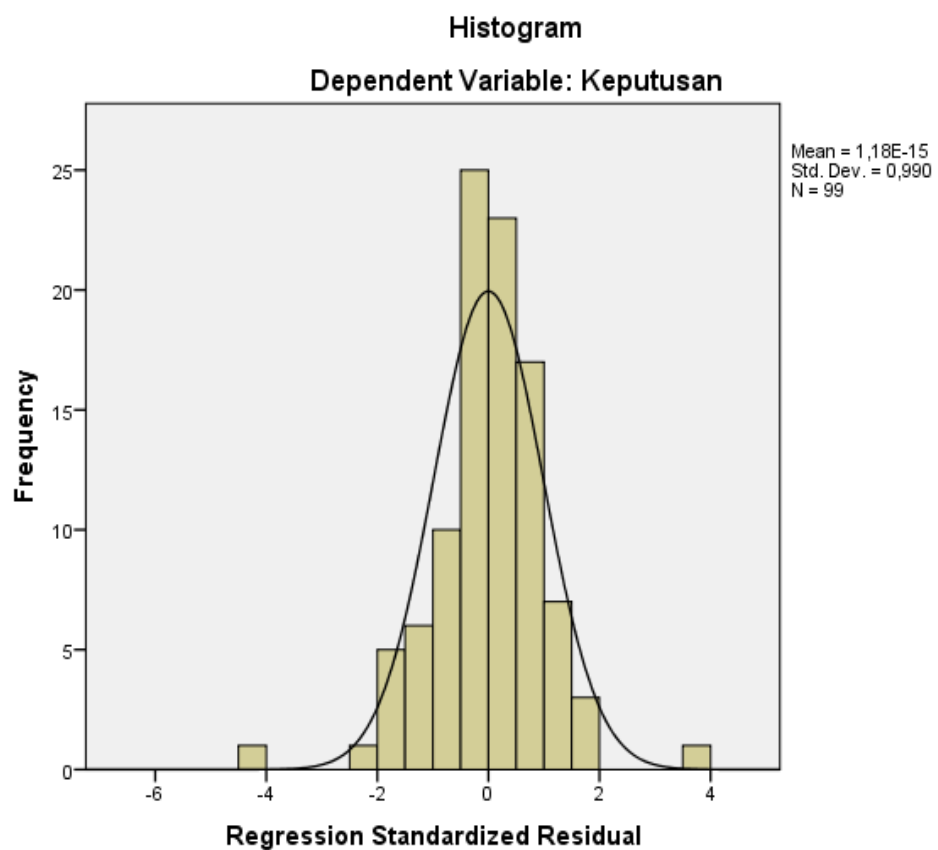
Variabel keputusan dengan jumlah data (N) sebanyak 99 mempunyai nilai *mean* sebesar 60,90 dengan nilai minimum 39 dan nilai maksimum 75 serta standar deviasinya sebesar 6,608.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal.

Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

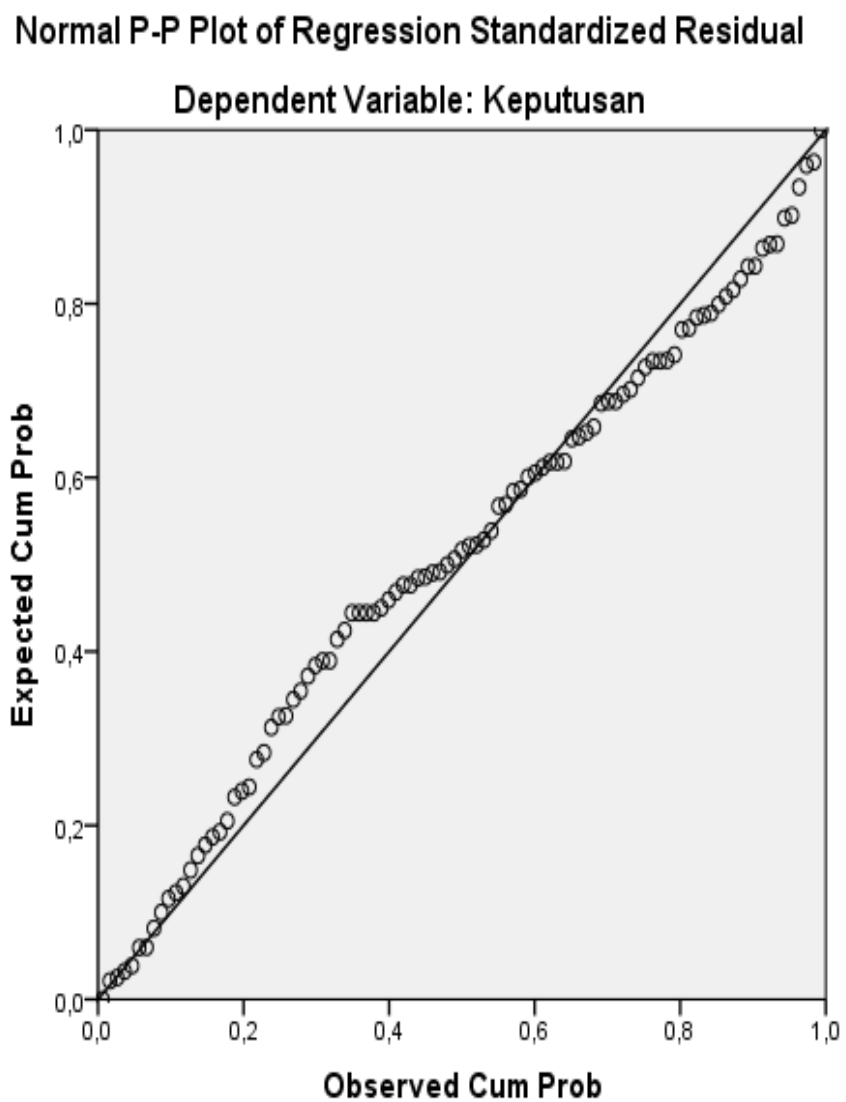
**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan grafik histogram di atas distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

#### 4. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel terikat dengan variabel bebas mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Linieritas Keputusan dengan Pelayanan**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kps * Pyn	Between Groups	(Combined)	3595,197	24	149,800	16,211	,000
		Linearity	3178,507	1	3178,507	343,978	,000
		Deviation from Linearity	416,690	23	18,117	1,961	,016
	Within Groups		683,793	74	9,240		
	Total		4278,990	98			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel 4.6 nilai signifikan lebih kecil dari 0,1. Jadi, dapat disimpulkan nilai signifikan  $0,000 < 0,1$  menunjukkan bahwa hubungan antara variabel pelayanan dengan variabel keputusan adalah linier.



**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Linieritas Keputusan dengan Citra**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kps Between (Combined)	3136,770	20	156,838	10,710	,000
* Groups					
Citra Linearity	2859,869	1	2859,869	195,295	,000
Deviation from Linearity	276,901	19	14,574	,995	,476
Within Groups	1142,220	78	14,644		
Total	4278,990	98			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel 4.7 nilai signifikan lebih kecil dari 0,1. Jadi, dapat disimpulkan nilai signifikan  $0,000 < 0,1$  menunjukkan bahwa hubungan antara variabel citra dengan variabel keputusan adalah linier.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 ( $tolerance > 0,1$ ) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 nilai ( $VIF < 10$ ). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pelayanan	,296	3,378
Citra	,296	3,378

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

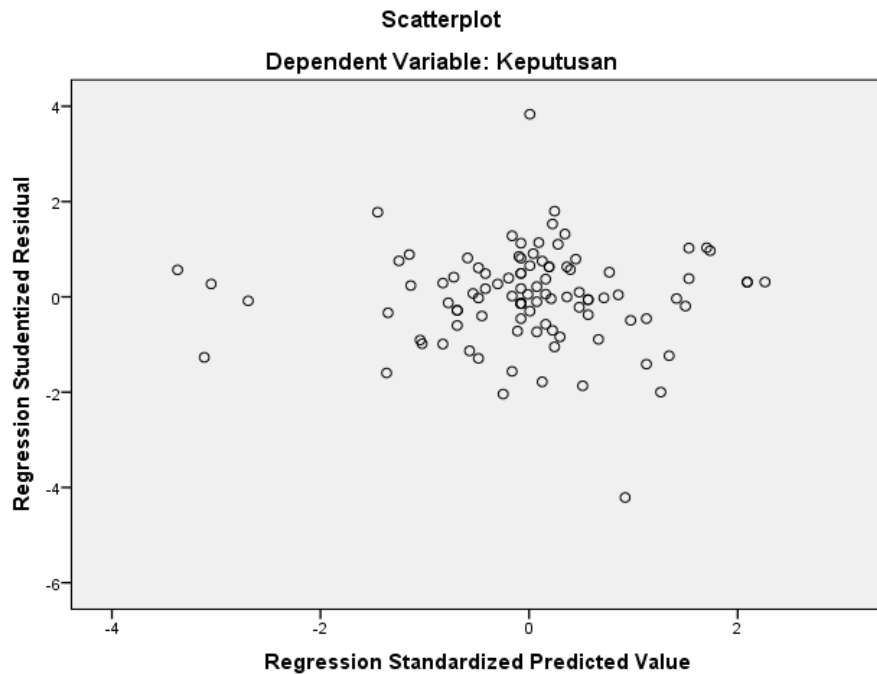
Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel pelayanan adalah  $0,296 > 0,1$  dan variabel citra adalah  $0,296 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *tolerance*  $> 0,1$ ) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Sementara itu nilai VIF dari variabel pelayanan adalah  $3,378 < 10$  dan variabel citra adalah  $3,378 < 10$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ) sehingga bebas dari multikolinearitas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan gambar 4.4 dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Autokorelasi terjadi jika angka Durbin Watson (DW) dibawah -2 atau diatas +2 dan tidak terjadi autokorelasi jika angka Durbin Watson (DW) diantara -2 dan +2 ( $-2 < DW < +2$ ). Hasil perhitungan autokorelasi sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,869 <sup>a</sup>	,755	,750	3,303	1,345

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai Durbin-Watson yaitu 1,345 atau  $-2 < 1,345 < +2$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Jadi, dapat disimpulkan tidak terdapat hubungan antara periode yang terjadi antara variabel pelayanan dan citra terhadap keputusan.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X1) dan citra (X2) terhadap keputusan nasabah (Y). Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	6,070	3,294
	Pelayanan	,688	,103
	Citra	,496	,139

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah

$$Y = a + b_1 Pyn + b_2 Ctr$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka persamaan Y terbentuk dari hasil uji analisisnya adalah:

$$\text{Keputusan} = 6,070 + 0,688 Pyn + 0,496 Ctr$$

Keterangan:

Y = Keputusan

a = Konstanta

b<sub>1</sub> b<sub>2</sub> = Koefisien regresi linear berganda

Pyn = Pelayanan

Ctr = Citra

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 6,070, artinya apabila variabel pelayanan dan citra dianggap konstan atau 0 maka keputusan nasabah layanan gadai nilainya sebesar 6,070.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan sebesar 0,688, artinya apabila tingkat pelayanan nasabah meningkat 1 persen maka keputusan nasabah layanan gadai adalah meningkat sebesar 68,8 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan nasabah, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah.

- c. Koefisien regresi variabel citra sebesar 0,496, artinya apabila tingkat citra pegadaian syariah meningkat 1 persen maka keputusan nasabah layanan gadai adalah meningkat sebesar 49,6 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra pegadaian syariah dengan keputusan nasabah, semakin naik citra pegadaian syariah maka semakin meningkat keputusan nasabah.

## 7. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	1,843	,068
Pelayanan	6,649	,000
Citra	3,567	,001

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial pelayanan dan citra memiliki pengaruh atau tidak terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian variabel-variabel penelitian secara parsial adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah

a) Perumusan hipotesis

$H_{01}$ : Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan

$H_{a1}$ : Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan

b) Penentuan  $t_{hitung}$

Dari tabel 4.11 diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,649

c) Penentuan  $t_{tabel}$

$t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai  $\alpha = 10\% : 2 = 2\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$ , dimana  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independen. Jadi,  $df = 99 - 2 - 1 = 96$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,1), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,660.

d) Kriteria pengujian

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa

$t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,649 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima.

e) Kesimpulan uji parsial pelayanan

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,649 > 1,660$ ) maka  $H_0$  ditolak, jadi kesimpulan bahwa pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

2) Pengaruh citra terhadap keputusan nasabah

a) Perumusan hipotesis

$H_0$ : Pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan

$H_a$ : Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan

b) Penentuan  $t_{hitung}$

Dari tabel 4.11 diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 3,567

c) Penentuan  $t_{tabel}$

$t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik dengan nilai  $\alpha = 10\% : 2 = 2\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$ , dimana  $n =$  jumlah sampel dan  $k =$  jumlah variabel independen. Jadi,  $df = 99 - 2 - 1 = 96$ . Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,1), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,661.

d) Kriteria pengujian

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa

$t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,516 > 1,660$ ) maka  $H_a$  diterima.

e) Kesimpulan uji parsial citra

Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,516 > 1,660$ ) maka  $H_0$  ditolak, jadi kesimpulan bahwa pelayanan secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.



### b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

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

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3307,316	2	1653,658	163,379	,000 <sup>b</sup>
Residual	971,674	96	10,122		
Total	4278,990	98			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Hasil pengujian variabel-variabel penelitian secara simultan adalah sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

$H_0$ : Pelayanan dan citra secara simultan tidak memiliki terhadap keputusan

$H_a$ : Pelayanan dan citra secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan

2) Penentuan  $F_{hitung}$

Dari tabel 4.12 diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 163,379

3) Penentuan  $F_{tabel}$

$F_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikan  $\alpha = 10$  dengan *regression* (df 1) adalah 2 dan *residual* (df 2) adalah 96 (berasal dari total *regression*), maka hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,36.

4) Kriteria pengujian

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Berdasarkan kriteria pengujian di atas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $163,379 > 2,36$ ) maka  $H_a$  diterima.

5) Kesimpulan uji simultan

Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $163,379 > 2,36$ ) maka  $H_0$  ditolak, jadi kesimpulan bahwa pelayanan dan citra secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah.

**c. Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa besar variabel-variabel secara bersama-sama mampu memberi penjelasan mengenai variabel devenden.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi *Adjusted* ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,879 <sup>a</sup>	,773	,768	3,181

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2017).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,768. Menunjukkan bahwa 76,8 persen variabel pelayanan dan citra mempengaruhi keputusan nasabah layanan gadai sedangkan 23,2 persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 diketahui bahwa:

1. Pengaruh pelayanana terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

Pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok bersifat positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan semakin baik

pelayanan maka memberi kepuasan kepada nasabah. Hal ini sejalan dengan teori Kasmir dalam buku etika *customer service* yang menyatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah sehingga mempengaruhi keputusan.

Dari hasil penelitian, pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai dengan hasil kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,649 > 1,660$ ). Artinya pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Lili Depita Sari Harahap menyatakan dalam penelitiannya bahwa pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Dan penelitian Frida Setya Ayu Wulandari menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Pengaruh citra terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

Citra merupakan suatu gambaran yang ada di dalam benak seseorang. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya. Hal ini sejalan dengan teori Kasmir dalam buku pemasaran bank yang menyatakan bahwa Tanpa citra yang positif, maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Dan teori Philip Kotler dalam buku manajemen pemasaran yang menyatakan citra

suatu perusahaan merupakan faktor yang sering mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian, citra memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai dengan hasil kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,567 > 1,660$ ). Artinya citra memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Nofi Cahyani yang menyatakan dalam penelitiannya citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. Dan penelitian Suryani yang menyatakan dalam penelitiannya citra secara persial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

3. Pengaruh pelayanan dan citra terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok.

Untuk uji F dari hasil penelitian, pelayanan dan citra secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai dengan hasil kriteria pengujian yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $163,379 > 2,36$ ). Hal ini sejalan dengan penelitian Ahmad Ulinuha yang menyatakan dalam penelitiannya pelayanan dan citra pegadaian syariah secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Dan penelitian Noor Fuad yang menyatakan dalam penelitiannya pelayanan dan citra toko secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh *adjusted R square* 0,768 atau sebesar 76,8 persen. Artinya pelayanan dan citra dapat mempengaruhi keputusan nasabah yang menggunakan jasa layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok sebesar 76,8 persen dan sisanya 23,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Hasil uji validitas untuk 37 item pernyataan dari kedua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 10% dengan derajat kebebasan  $(df)=n-2$  atau  $df=99-2=97$  adalah 0,166 sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka 37 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari kelima variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki *Cronbach's Alpha*  $> 0,600$  sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.

Dari persamaan analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa:

$$Y = a + b_1 P_{yn} + b_2 C_{tr} + e$$

$$\text{Keputusan} = 6,070 + 0,688 P_{yn} + 0,496 C_{tr} + e$$

Hasil normalitas diketahui pada grafik histogram bahwa pola distribusi data tersebut normal dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya telah

normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear karena diketahui memiliki nilai Sig. < 0,1.

Dari hasil uji asumsi klasik, uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* atau VIF < 10, maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik pada *scatter plot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas. Dan uji autokorelasi diketahui bahwa nilai Durbin Watson yaitu 1,345 atau  $-2 < 1,345 < +2$  sehingga dinyatakan tidak terjadi autokorelasi antara pelayanan dan citra terhadap keputusan nasabah.

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

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

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan penulis yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga dan dana peneliti dalam penyempurnaan dari hasil penelitian ini.

3. Dalam menyebarkan kuesioner penulis tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Keterbatasan bahan materi dari skripsi ini, seperti kurangnya buku-buku yang menjelaskan lebih detail tentang variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini.

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



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,649 > 1,660$ ).
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel citra mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,567 > 1,660$ ).
3. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara pelayanan dan citra mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $163,379 > 2,36$ ).
4. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*Adjusted R Square*) sebesar 0,768. Menunjukkan bahwa 76,8 persen variabel pelayanan dan citra mempengaruhi keputusan nasabah layanan gadai pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok. Sedangkan 23,2

persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **B. Saran**

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan faktor pelayanan dan citra sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan keputusan nasabah. Maka, disarankan untuk pihak pegadaian agar lebih mengembangkan faktor-faktor tersebut sebab semakin tingginya tingkat persaingan di dunia lembaga keuangan dan semakin dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah.
2. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok diharapkan dapat meningkatkan pelayanan dengan baik dan mempertahankan citra pegadaian syariah.
3. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dan dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada nasabah layanan gadai syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hamid, *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Adriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Ahmad Rodoni & Abdul Hamid, *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Media Intelektual, 2007.
- Ahmad Ulinuha, “Pengaruh Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada Pegadaian Syariah Cabang Majapahit”, Skripsi IAIN Walisongo Semarang, 2010.
- Anton Tri Yunanto, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Danamon Surakarta Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Pemediasi”, Tesis, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.
- Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Atep Adya Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2003.
- Conny Sondakh, “Kualitas layanan, citra merek dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah tabungan (studi pada nasabah Taplus BNI Cabang Manado)”, dalam E-Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol.3, No.1, 2014: 19-32.
- Depertemen Agama RI, *Tafsir Quran dan Karim*, Jakarta: PT. Hidakarya Agung, 1981.
- Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- \_\_\_\_\_, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.

\_\_\_\_\_, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014).

Farida Jasfar, *Manajemen Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.

Frida Setya Ayu Wulandari, “Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pemilihan produk tabungan (Studi pada Bank BNI Syariah cabang Yogyakarta)”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015.

Harahap Lili Depita Sari, “Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadaisyariah pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Sadabuan”, Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2015.

Hasibuan Malayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.

Hermawan Kartajaya & Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006.

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Diponegoro, 2006.

Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Dalam SPSS 22 Untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta: Andi, 2015.

Kasali Rhenald, *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta: Graffiti, 2003.

Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012.

\_\_\_\_\_, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.

\_\_\_\_\_, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010

M. Habiburrahman, *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais, 2012.

- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2012.
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Nofi Cahyani, “Pengaruh Citra Perusahaan, *Relationship Marketing* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Wonosari)”, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Noor Fuad, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Ritel (Studi Kasus Toko Amin Jaya Jepara)” Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2013.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Richard, *Management Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Singgih Santoso, *SPSS 20 Pengolah Data Statistik di Era Informasi*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2015.
- Siswanto, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2007.
- Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.

- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R &*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- \_\_\_\_\_ dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Suryani, “Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas (studi kasus pada nasabah Bank BNI’46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Ciputat)”, Skripsi, Universitas Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.
- Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.
- Syafrizal Helmi Situmorang, dkk, *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USU Pers, 2008.
- Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Zainuddin Ali, *Hukum Gadai Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : NURHASANAH
2. Tempat/Tgl. Lahir : Padangsidimpuan/ 10 Agustus 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Jalan Teuku Umar, Gang Mesjid (Kampung Losung)

### **II. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. TK Pertiwi Padangsidimpuan (1999-2000).
2. SD Negeri 200215 Padangsidimpuan (2000-2006).
3. SMP Negeri 6 Padangsidimpuan (2006-2009).
4. SMA Negeri 3 Padangsidimpuan (2009-2012).
5. Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (2012-2017).



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

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

: B-14/In. 14/G.5a/PP.009/12/2016 Padangsidimpuan, 2 Desember 2016

: -

: **Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**

Yth.

Bapak/Ibu :

1. Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag

2. Zulaika Matondang, M.Si

di -

Padangsidimpuan

**Assalamu'alaikum Wr.Wb**

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

Nama : NURHASANAH

NIM : 12 220 0075

Fakultas/Jurusan : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah-3

Judul : Pengaruh Pelayanan Dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Sadabuan

Judul baru : Pengaruh Pelayanan Dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sirok

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi pembimbing I dan pembimbing II penulisan penelitian skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bilamana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

**Wassalamu 'alaikum Wr.Wb**

Mengetahui:

Dekan,

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

Ketua Jurusan

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

**PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING**

BERSEDIA / TIDAK-BERSEDIA

PEMBIMBING I

BERSEDIA/TIDAK-BERSEDIA

PEMBIMBING II





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

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

: B-203/In.14/G/TL.00/12/2016

8 Desember 2016

: Mohon Izin Riset

Perusahaan PT. Pegadaian (Persero)  
Syariah Sipirok

Sipirok

Walaikum Wr.Wb

Yang hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan  
mohon bahwa:

Nama : Nurhasanah  
No. : 122200075  
Semester : IX (Sembilan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah

Sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN  
Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Pelayanan  
Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa  
Perbankan Syariah Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit syariah Sipirok**".

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

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

Walaikum Wr.Wb.

Dekan,

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

Sipirok, 17 Desember 2016

: 145/Inst.L.60070/2016

: -

: Biasa

: Balasan

Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpun  
Ekonomi dan Bisnis Islam

Padang sidimpun

*Waikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Yatim,

berada tangan di bawah ini :

: Heri Syurianto,SE

: P.84423

: Pengelola UPS Sipirok

menyatakan bahwa :

: Nurhasanah

: 12 220 0075

: IX (Sembilan)

: Ekonomi dan Bisnis Islam

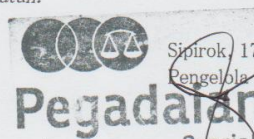
: Perbankan Syariah

menyetujui untuk melaksanakan penelitian (Studi Eksplorasi) di PT. Pegadaian (Persero) UPS  
dengan syarat penyusunan skripsi dengan judul :

**Pelayanan dan Citra Pegadaian Syariah Terhadap Keputusan Nasabah Dalam  
Jasa Layanan Gadaai pada PT.Pegadaian (Persero) Unit Syariah Sipirok ”.**

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

*Waikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*



Sipirok, 17 Desember 2016

Pengelola UPS Sipirok

Heri Syurianto,SE

NIK P.84423



PT PEGADAIAN (PERSERO)  
UPS. SIPIROK

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 146/Inst.L.60070/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Heri Syurianto, SE  
Jabatan : Pengelola UPS

Dengan ini menerangkan bahwa nama tersebut di bawah ini :

Nama : Nurhasanah  
NIM : 12 220 0075  
Smt/Jurusan : IX / Ekonomi dan Bisnis Islam (Perbankan Syariah)

Telah melakukan Riset sejak tanggal 13 Desember s/d 17 Desember 2016 di PT Pegadaian (Persero) UPS Sipirop.

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

Sipirop, 17 Desember 2016

Pengelola UPS

  
**Pegadaian**

Heri Syurianto, SE  
NIK. 804428