



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH  
PRODUK *ARRUM* HAJI PADA PT. PEGADAIAN  
(PERSERO) UNIT PELAYANAN SYARIAH  
MADINA**

**SKRIPSI**

*Disusun Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Dalam Bidang Manajemen Bisnis*

**Oleh :**

**LILI TIOMALINI SIREGAR  
NIM : 16 401 00059**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2020**



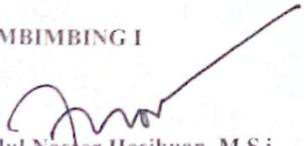
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH  
PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN  
(PERSERO) UNIT PELAYANAN SYARIAH  
MADINA  
SKRIPSI**

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

Oleh :

**LILI TIOMALINI SIREGAR**  
NIM : 16 401 00059

PEMBIMBING I

  
Abdul Nasser Hasibuan, M.S.i  
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II

  
Sry Lestari, M.E.I  
NIP. 19890505 201903 2 008

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
( IAIN ) PADANGSIDIMPUAN  
2020**



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

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **LILI TIOMALINI SIREGAR**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Juli 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidempuan  
Di-  
Padangsidempuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **LILI TIOMALINI SIREGAR** yang berjudul "**Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**". 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 Padangsidempuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

  
Abdul Nasser Hasibuan, M.S.i  
NIP. 19790525 200604 1 004

**PEMBIMBING II**

  
Sry Lestari, M.E.I  
NIP. 19890505 201903 2 008

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

---

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Saya yang bertandatangan dibawahini:

Nama : LILI TIOMALINI SIREGAR  
NIM : 1640100059  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina."** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusifini 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  
Padatanggal: 31 Juli2020  
Yang menyatakan,



The image shows an official stamp of Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (IAIN) with the text 'KANTOR WAKIL PADANGSIDEMPUN' and 'E: CAHF64995459'. Next to the stamp is a handwritten signature in black ink.

**LILI TIOMALINI SIREGAR**  
**NIM.1640100059**

### SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : LILI TIOMALINI SIREGAR

NIM : 1640100059

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **"Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina".**

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 IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 1 i 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 IAIN Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 31 Juli 2020  
• Saya yang Menyatakan,



**LILI TIOMALINI SIREGAR**  
**NIM. 1640100059**



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

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

DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : LILI TIOMALINI SIREGAR  
NIM : 16 401 00059  
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
JUDUL SKRIPSI : Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Arrum Haji pada PT (Persero) Unit Pelayanan Syariah (UPS) Madina”.

Petua

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

Sekretaris

Azwar Hamid, MA  
NIP. 19860311 201503 1 005

Anggota

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

Azwar Hamid, MA  
NIP. 19860311 201503 1 005

R. Rukiah Lubis, M.Si  
NIP. 19760324 200604 2 002

Windari M.A  
NIP: 19830510 201503 2 003

Realaksanaan Sidang Munaqasyah

Tempat : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Selasa/ 24 September 2020  
Waktu : 09.00 WIB s/d 12.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/ 71 (B)  
Index Prestasi Kumulatif : 3,57  
Sertifikat : PUJIAN



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

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH  
PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN  
(PERSERO) UNIT PELAYANAN PELAYANAN  
SYARIAH MADINA".**

**NAMA : LILI TIOMALINI SIREGAR**  
**NIM : 16 401 00059**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padang Sidempuan, 19 Oktober 2020  
  
**Dr. Darwis Darahap, S.HI., M.Si**  
171919818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama : Lili Tiomalini Siregar**  
**Nim : 16 401 00059**  
**Judul skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.**

Latar belakang masalah penelitian adalah Semakin meningkatnya jumlah kuota haji khususnya di mandailing natal, dimana terlihat dari meningkatnya minat masyarakat muslim untuk melaksanakan ibadah haji. Tetapi diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah arrum haji di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina belum mencapai harapan, dari target PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina sebanyak 100 nasabah per tahun namun pada kenyataannya belum mencapai target yang diinginkan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh lokasi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan nasabah memilih produk arum haji. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah lokasi, kualitas pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih produk arum haji.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu lembaga keuangan syariah non bank dan keputusan nasabah. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan keputusan nasabah, lokasi, kualitas pelayanan, dan harga.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 37 responden. Teknik pengambilansampel menggunakan sampel jenuh dan pengumpulan data yang digunakan adalahteknik angket. Analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda. Analisis pengelolaan data dengan menggunakan statistik yaitu SPSS versi 21.

Hasil analisis koefisien determinasi (R) sebesar 0,660 artinya korelasi antara variabel lokasi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan nasabah sebesar 0,660. Hubungan antara Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap keputusan nasabah berada pada interpretasi hubungan yang kuat, Nilai R2 (Adjusted R Square) sebesar 0,385. Menunjukkan bahwa 38,5 persen variabel  $X_1, X_2, X_3$ , mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk arum haji sedangkan 61,5 persen sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini tidak ada pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dan Variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum Haji* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina.. Berdasarkan hasil uji secara bersama-sama (simultan) bahwa lokasi, kualitas Pelayanan, dan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum Haji* pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina.

***Kata Kunci : lokasi, kualitas pelayanan, harga keputusan nasabah***

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh*

Puji Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Untuk mengakhiri perkuliahan di IAIN Padangsidempuan, maka menyusun skripsi salah satu tugas yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Perbankan Syariah. Skripsi ini berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji Di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina”**.

Melalui kesempatan ini pula, dengan kerendahan hati peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidempuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si., selaku Pembimbing I dan Ibu Sry Lestari M.Si, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, MA selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku selama proses perkuliahan dan penyelesaian penelitian skripsi ini.
6. Bapak/Ibu dosen beserta staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa pada Ayahanda Sulfan Azis Siregar dan Ibunda Erli Suryani Nasution yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, yang tidak bosan-bosannya memberikan peneliti semangat dalam menyusun skripsi ini, beliau juga tidak lupa menasehati peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong agar peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah, yang selalu memberikan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada kedua kakak saya Silfana Putri Siregar dan Anisha Dara Winanda, dan kedua abang saya Alm. Andry Prahara Siregar dan Riwaldy Abdul Latief Pane, dan khususnya Keluarga besar saya keluarga H.Amiruddin Siregar dan Alm. Abdul hakim Nasution yang telah memberikan dukungan demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan akhir di IAIN Padangsidempuan dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.

8. Sahabat – sahabat terbaik Peneliti, Indah Nurmaliani, Tilmria Harahap, Rika Alfya Desy, Anita Sholih Harahap, Nelmi Dahannun Dlt, Septy Adawiyah, Putri Azizah Nur, Putry Agustina, Ummi Kalsum, Mursidah Nasution, Suci Nanindah, Ade Kurnia Dalimunthe, Syahnan Azhari, Arifin Nauli, Abdullah Rahman, Rio Hawardoli Efendi Nasution, Risky Saputra, Ahmad Zul Sholeh, Armadi Hamzah Nasution, Kelompok Magang di Pegadaian UPS Madina dan khususnya KKL 85 Aek Buaton IAIN Padangsidimpuan pada tahun 2019 yang selalu memberikan semangat, Doa dan dukungan kepada peneliti agar tak putus asa, tetap semangat dalam menyelesaikan Skripsi.
9. Teman-teman Perbankan Syariah II dan rekan-rekan angkatan 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam diskusi di kampus IAIN Padangsidimpuan maupun di luar kampus.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhir kata peneliti menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritikan yang sifatnya membangun sangat peneliti butuhkan demi kesempurnaan tulisan ini.

Padangsidimpuan, 24 Juli 2020

Peneliti,

Lili Tiomalini Siregar

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. Vokal Rangka pada vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

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

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

### C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

### D. Syaddah (Tasydid)

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

### E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu  $\text{ل}$ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

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

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

#### **F. Hamzah**

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

#### **G. Penulisan Kata**

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

#### **H. Huruf Kapital**

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

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

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

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

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	v
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	8
E. Rumusan Masalah .....	10
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kerangka Teori.....	14
1) Keputusan Nasabah.....	14
2) Pembagian Pengambilan Keputusan.....	19
3) Teknik Pendekatan Untuk Mempengaruhi Keputusan .....	20
4) Faktor -Faktor yang mempengaruhi Keputusan.....	21
a) Lokasi .....	21
b) Kualitas Pelayanan .....	22
c) Harga.....	25
5) Produk <i>Arrum</i> Haji .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pikir .....	30
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi dan waktu Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian .....	34
C. Populasi dan Sampel.....	35
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	36

E. Teknik Analisis Data .....	38
F. Uji Hipotesis .....	44

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Perusahaan .....	47
B. Karakteristik Responden .....	50
C. Analisis Deskriptif .....	52
D. Hasil Penelitian .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	53
3. Uji Linearitas .....	56
4. Uji Asumsi Klasik .....	57
a) Uji Normalitas .....	59
b) Uji Multikolinearitas .....	59
c) Uji Heterokedastisitas .....	59
d) Uji Autokolerasi .....	60
5. Analisis Regresi Berganda .....	61
6. Uji Hipotesis .....	61
a) Uji R .....	63
b) Uji T .....	63
c) Uji F .....	64
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	65
F. Keterbatasan Penelitian .....	68

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	70

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

#### **SURAT RISET**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel1.1: Daftar Jumlah Nasabah di PT. Pegadaian (Persero) Ups Madina.....	6
Tabel1.2 :Definisi Operasional Variabel.....	8
Tabel2.1: Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel3.1 :Penetapan Skor Alternatif Jawaban Angket.....	36
Tabel3.2 : Kisi-kisiAngket.....	37
Tabel4.1 :Data Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	51
Tabel4.2 :Hasil Analisis Deskriptif.....	52
Tabel5.1 : Hail Uji ValiditasLokasi.....	53
Tabel5.2 : Hail Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel5.3 :Hasil Uji Validitas Harga.....	54
Tabel5.4 :Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah.....	55
Tabel6.1 :Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel7.1 :Hasil Uji Linearitas Lokasi.....	57
Tabel7.2: Hasil Uji Linearitas Kualitas Pelayanan.....	57
Tabel7.3 :Hasil Uji Linearitas Harga.....	58
Tabel8.1: HasilUji Normalitas.....	59
Tabel8.2 :Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel8.3 :Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
Tabel9.1: Hasil Uji Autokolerasi.....	61
Tabel 10.1 :Hasil Regresi Linear Berganda.....	61
Tabel11.1: Hasil Uji KoefisienDeterminasi $R^2$ .....	63
Tabel11.2 :Hasil Uji t ( Parsial ).....	63
Tabel11.3 : HasilUji F ( Simultan ).....	64

## Daftar Gambar

<b>Gambar 1 : Kerangka Pikir .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar III : Metode Grafik Heteroskedastisitas .....</b>	<b>60</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Permohonan Riset**
- Lampiran 2 : Balasan Izin Riset pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**
- Lampiran 3 : Surat Telah selesai melakukan penelitian dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**
- Lampiran 4 : Data mentah dari PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**
- Lampiran 5 : Angket Penelitian Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk *Arrum* Haji pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**
- Lampiran 6 : Surat Validasi Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk *Arrum* Haji pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina**
- Lampiran 7 : Dokumentasi Penyebaran Angket**
- Lampiran 8 : Tabel Tabulasi**
- Lampiran 9 : R Tabel, T Tabel, F tabel**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada dasarnya, melaksanakan ibadah haji adalah kewajiban seluruh ummat Islam (bagi yang mampu). Begitu ada tanda-tanda panggilan untuk menunaikan ibadah haji bersegeralah, tinggalkan urusan dunia untuk sementara. Hanya saja, karena biaya yang relatif cukup banyak, maka Allah memberikan keringanan bahwasanya ibadah haji diwajibkan hanya buat yang mampu, baik mampu secara rohani maupun jasmani serta tentu dalam mampu ekonomi.

Haji merupakan perjalanan berkunjung ke baitullah pada tempat dan waktu yang sudah ditentukan, untuk melaksanakan serangkaian ibadah rohani jasad dan tubuh. Semakin berkembangnya perekonomian suatu Negara maka kebutuhan maupun permintaan tentang pendanaan proyek-proyek Pembangunanpun akan semakin meningkat pula. Dalam hal ini pemerintah berupaya untuk mengembangkan perekonomian nasional dengan salah satunya menyalurkan dana dalam bentuk kredit. Kredit ini disalurkan kepada para wirausahaan juga masyarakat yang membutuhkan modal usaha, serta bantuan dana, dengan sistem penyaluran melalui lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank, non bank, maupun lembaga keuangan lainnya.

Lembaga keuangan merupakan suatu lembaga yang dijadikan sebagai suatu alat perantara dan jasa ekonomi masyarakat untuk meningkatkan dan mempermudah transaksi moneter, melihat peluang besar

untuk menyediakan talangan haji bagi masyarakat Indonesia. Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim terbesar, berdasarkan data kependudukan Badan Pusat Statistik tercatat sebanyak 207.176.162 penduduk Indonesia memeluk Agama Islam, jika dihitung setara 87,18% dari total penduduk Indonesia.<sup>1</sup>

Perusahaan Umum (Perum) pegadaian adalah Badan Usaha milik Negara, dimana Perusahaan ini bergerak dibidang jasa keuangan non bank, dalam hal ini kegiatan usahanya menyalurkan kredit kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai. Pegadaian ini persyaratannya tidak rumit atau menyulitkan nasabah saat menerima dana, sehingga sangat efektif dan salah satu alternatif dibidang pendanaan. Apabila nasabah membutuhkan dana yang diperlukan hanyalah barang jaminan yang bernilai ekonomis, apabila jaminan tersebut sudah ada maka masyarakat tersebut bisa memperoleh dana yang dibutuhkan baik konsumtif ataupun produktif dan juga Pegadaian Syariah tidak menekankan pada pemberian bunga dari barang yang telah digadaikan. Tetapi pada prinsipnya keuntungan yang didapatkan pihak pegadaian diatur oleh Dewan Syariah Nasional (DSN), yaitu dengan memberikan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan.

*Rahn* adalah salah satu sistem berbasis syariah yang digunakan sebagai solusi untuk pemenuhan kebutuhan dana bagi masyarakat dengan menahan salah satu harta milik si peminjam dana sebagai jaminan atas

---

<sup>1</sup>Ani Rakhmanita, "Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah", (*Jurnal Akademi Sekretari dan Manajemen BSI Jakarta Vol 2 No. 2 September 2018*), hlm. 233.

pinjaman yang diterimanya.<sup>2</sup> Dalam praktiknya sistem gadai telah digunakan oleh Perum Pegadaian yang merupakan salah satu lembaga keuangan di Indonesia dan satu-satunya perusahaan milik Negara sebagaimana diatur didalam Undang – Undang No. 9 Tahun 1969. Dalam praktiknya sistem gadai telah digunakan oleh Perum Pegadaian yang merupakan salah satu lembaga keuangan di Indonesia dan satu-satunya perusahaan milik Negara sebagaimana diatur didalam Undang – Undang No. 9 Tahun 1969.<sup>3</sup> Dan saat ini berubah dengan status kelembagaan menjadi PT. Pegadaian (Persero) yaitu sebagai lembaga keuangan non bank, yang dimana tujuan utamanya untuk memberikan solusi keuangan bagi masyarakat dengan motto “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”.

*Arrum* Haji adalah salah satu produk terbaru di PT. Pegadaian Syariah, yaitu dengan modal atau jaminan emas yang dimiliki nasabah akan mendapatkan peluang untuk menunaikan ibadah haji dan porsi tempat duduk haji yang menjadi suatu pembeda dari Lembaga Keuangan Lainnya. *Arrum* Haji merupakan Produk yang dapat membantu masyarakat menengah kebawah yang memiliki emas untuk berangkat haji melalui program yang dimiliki Pegadaian Syariah, emas tersebut dapat dijadikan sebagai suatu kemaslahatan ummat islam untuk mempermudah jalannya menunaikan ibadah haji yang dimana program tersebut terselenggara berkat adanya kerjasama Pegadaian Syariah dengan bank penerima perjalanan ibadah haji (BPS BPIH).

---

<sup>2</sup>Muhammad Syafi’I Antoni, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, (Jakarta: Grenna Insani Press, 2001), hlm. 128.

<sup>3</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Gadai Syariah Di Indonseia: Konsep, Implementasi, Dan Institutionalisasi Cet. Pertama*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), hlm. 43.

Semakin meningkatnya persaingan dan minat nasabah untuk melakukan Ibadah haji khususnya di daerah Panyabungan (Madina), maka semakin besar pula daya tarik setiap perusahaan untuk meningkatkan jumlah nasabahnya khususnya nasabah Produk *Arrum* haji. Salah satu daya tarik PT Pegadaian (Persero) UPS Madina yaitu dengan memiliki emas sebesar 15 gram atau sekitar Rp. 7 juta (sesuai dengan harga emas setiap tahunnya), maka nasabah menggadaikan di Pegadaian, untuk mendapatkan pinjaman sebesar 25 juta. Dana tersebut digunakan untuk mendapatkan porsi tempat duduk haji dan mendaftar sebagai peserta haji. Setelah itu calon peserta haji menebus jaminan emas dengan cara mengangsur sesuai dengan perjanjian kedua belah pihak.

Pegadaian Syariah UPS Madina berdiri pada tahun 2016 yang berlokasi di Panyabungan (Jl. Sipolu-polu, lintas Barat). Pegadaian Syariah UPS Madina merupakan satu-satunya Perusahaan yang terletak di samping Pasar Baru Panyabungan.

Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusannasabah dalam memilih Produk *Arrum* Hajidi PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina adalah Pertama Faktor Lokasi, Kedua Harga dan Ketiga Kualitas Pelayanan. yang dimana faktor lokasi di Mandailing Natal adalah Mayoritas Muslim sehingga banyak yang berminat untuk *Arrum* Haji, Kualitas Pelayanan dapat mempengaruhi, yang dimana dapat menarik perhatian nasabah lain untuk menggunakan produk *Arrum* haji ataupun produk lainnya, Lokasi yang strategis dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam hal lokasi PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina berada di samping pasar baru dan akses transportasi yang mudah dapat menarik keinginan nasabah untuk melakukan pembelian akan suatu produk.<sup>4</sup>

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk bertransaksi akan sebuah Produk disuatu Perusahaan.

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Bapak Pimpinan Pegadaian UPS Madina Bapak Candra Muliawan

Konsumen dapat melihat langsung Produk yang diproduksi atau dijual baik jenis, jumlah maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelanjaan terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>5</sup> Pemilihan lokasi usaha yang tepat mampu memberi pengaruh pada keuntungan bisnis sesuai harapan Perusahaan. Lokasi usaha memiliki nilai strategis tidak hanya jangka pendek, namun juga bersifat jangka panjang.

Harga merupakan nilai yang disebutkan dalam satuan mata uang tertentu sebagai ukuran guna mendapatkan suatu produk.<sup>6</sup> Harga juga dapat berpengaruh besar pada perusahaan yang mampu mengoptimalkan harga produk sesuai dengan kemampuan nasabah melalui angsuran yang diberikan suatu perusahaan sesuai dengan kesepakatan perusahaan.

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>7</sup> Kualitas adalah salah satu ciri khas ataupun trik suatu perusahaan yang memiliki suatu ciri khusus untuk mengacu suatu konsumen agar tetap bertahan dalam suatu perusahaan.

---

<sup>5</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm. 140.

<sup>6</sup>Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 87.

<sup>7</sup>Malayu S. P, *Dasar-Dasar Perbankan*, (jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hlm. 152.

Adapun perkembangan jumlah nasabah produk *arrum* haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina dari tahun 2017 sampai tahun 2020 dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1**  
**Data jumlah nasabah produk haji di PT. Pegadaian (Persero)**  
**UPS Madina**

Tahun	Total Nasabah	Status Nasabah
2017	8	Aktif
2018	2	Aktif
2019	12	Aktif
2020	15	Aktif

Sumber : PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Madina 2017-2020

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat bahwa jumlah nasabah *arrum* hajidi PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina sebanyak 37, akan tetapi, pada kenyataannya perkembangan jumlah nasabah tiap bulannya naik-turun dan tidak dapat diprediksi.

Berdasarkan hasil prariset peneliti yang melakukan penelitian langsung ke kantor PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina dan berbincang langsung dengan pegawai disana, *arrum* haji adalah suatu produk terbaru dan produk tersebut yang gencar dilakukan promosi dan sosialisasi melalui media elektronik untuk memperkenalkan produk terbaru dari PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina belum mencapai harapan yang dimana targetberjumlah 100 nasabah pertahunnya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita menyatakan bahwa: “Pelayanan, Promosi, dan Lokasi berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah”.<sup>8</sup>  
 Hasil penelitian Jilly Bernadette Mandey menyatakan bahwa: “Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok Surya Promild”.<sup>9</sup>  
 Dan juga Penelitian yang dilakukan oleh Atwal Arifin dan Husnul Khotimah bahwa “Produk, Promosi, dan Lokasi tidak berpengaruh sedangkan Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah ”.<sup>10</sup>

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK ARRUM HAJI PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) UPS MADINA”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang suatu masalah yang telah diuraikan peneliti maka identifikasi masalahnya antara lain :

1. Lokasi Lembaga Keuangan Lainnya lebih Strategis dan mudah dijangkau nasabah dibandingkan di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.
2. Kualitas Pelayanan yang berbeda sehingga sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih suatu produk *arrum* haji.
3. Harga adalah salah satu yang dapat dipengaruhi oleh keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.

---

<sup>8</sup>*Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah*, hlm. 237.

<sup>9</sup>Jilly Bernadette Mandey, Promosi, Distribusi, Harga Pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild, dalam *Jurnal EMBA*: Vol. 1, No. 4 Desember 2013, hlm, 95.

<sup>10</sup>Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta”, (*Jurnal Program Studi Akuntansi-FEB UMS*, 25 Juni 2014), hlm. 182.

4. Perkembangan Jumlah nasabah *arrumhaji* diPT.Pegadaian (Persero) UPS Madina belum mencapai target 100 nasabah pertahunnya.

### C. Batasan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah diatas maka peneliti membatasi penelitian ini pada 2 variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel Terikat (Y). Adapun variabel bebasnya ialah Lokasi, Pelayanan dan Harga sedangkan pada variabel terikatnya yaitu keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji pada PT (Persero) UPS Madina.

### D. Definisi Operasional variabel

Objek penelitian yang menjadi suatu titik perhatian didalam penelitian disebut Variabel, didalam penelitian ini ada beberapa Variabel yaitu:

#### 1. Variabel terikat (Dependen)

Penelitiannya menggunakan hasil dari keputusan nasabah yang akan menjadi variabel dependennya.

#### 2. Variabel bebas (Independen )

Penelitiannya menggunakan penelitian ini lokasi, harga, pelayanannya sebagai variabel bebasnya.

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

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Lokasi ( $X_1$ )	Lokasi merupakan suatu jejaring ( <i>net working</i> ) yang dimana produk dan jasa suatu bank disediakan dan dapat	1. Mudah diakses 2. Lokasi aman dan nyaman 3. Lokasi Strategis	Ordinal

		dimanfaatkan oleh nasabah. <sup>11</sup>		
2.	Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> )	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>12</sup>	1. Keamanan 2. Daya tanggap 3. Kemudahan dan Kecepatan pelayanan	Ordinal
3.	Harga (X <sub>3</sub> )	Harga merupakan nilai yang disebutkan dalam satuan mata uang tertentu sebagai ukuran guna mendapatkan suatu produk. <sup>13</sup>	1. Biaya anggurannya rendah 2. Keuntungan bagi hasil 3. Sistem bagi hasil lebih menguntungkan dibandingkan dari sistem bunga	Ordinal
4.	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, evaluasi <i>alternative</i> , mencari informasi,	1. Pengenalan Masalah 2. Pencairan informasi 3. Evaluasi <i>alternative</i> 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian	Ordinal

<sup>11</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 118.

<sup>12</sup>*Dasar-Dasar Perbankan*, hlm. 152.

<sup>13</sup>*Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, hlm. 87.

		membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli. <sup>14</sup>		
--	--	---	--	--

#### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang akan dilakukan dapat dirumuskan dengan melalui:

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk Arrum Haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Produk Arrum Haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Produk Arrum Haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina?
4. Apakah Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Harga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk Arrum Haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini tujuannya yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.

---

<sup>14</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), hlm. 234.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.
3. Untuk mengetahui pengaruh tingkat harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.
4. Untuk mengetahui apakah faktor Lokasi, Kualitas pelayanan, Harga secara bersama-sama (Simultan) mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk Arrum Haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

## **G. Adapun Kegunaan Penelitian**

### **1. Bagi Peneliti**

Dapat dipergunakan/dijadikan untuk pengetahuan dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 di Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Padangsidimpuan.

### **2. Bagi Akademisi**

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan mahasiswa terkait dengan Ilmu lembaga Keuangan non bank.

### **3. Bagi Perusahaan**

Dapat dijadikan sebagai masukan bagi perusahaan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan dalam hal yang baik yang tidak bertentangan dengan nilai agama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *Arrum Haji* di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.

## H. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pengumpulan data dan gambaran secara ringkas mengenai Skripsi ini, maka sistem penulisannya dibagi dalam lima bab yaitu sebagai berikut :

Bab I yang berisikan Pendahuluan terdiri dari : Latar Belakang suatu Masalah, identifikasi suatu masalah, batasan suatu masalah, definisi operasional, rumusan suatu masalah, tujuan dalam penelitian, serta kegunaan dalam suatu penelitian.

Bab II penjelasan tentang landasan teori yang berisikan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Produk *Arrum* Haji pada PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina. Teori dalam bab ini dimaksudkan untuk dasar dalam memecahkan masalah yang meliputi : kajian teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka konseptual atau pikir, serta hipotesis. Dalam bab ini juga disebutkan penelitian terdahulu dari penelitian ini.

Bab III penjelasan tentang dimanakah lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Serta bagaimana peneliti mengambil data, apakah melalui kuisioner, dokumen atau wawancara dalam penelitian. Pada bagian ini juga dijelaskan teknis analisis data apa saja yang digunakan dan juga uji yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV terdiri dari hasil objek Penelitian, Yang merupakan hasil penelitian yang terdiri dari deskriptif data, uji analisis regresi sederhana, pembahasan hasil penelitian dan keterbatasan suatu penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam hasil penelitian ialah membahas tentang

hasil penelitian. Dimulai dari pendeskripsian data yang diteliti secara rinci, kemudian melakukan pengujian analisis data menggunakan teknik analisa yang dilakukan, dan kemudian membahas tentang hasil yang diperoleh.

BAB V merupakan bab penutup yaitu penutup dari keseluruhan dari isi proposal, yang memuat inti dari suatu penelitian.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

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

##### **1. Keputusan Nasabah**

Keputusan adalah sebuah proses penelurusan masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambil keputusan. Oleh karena itu begitu besarnya pengaruh yang akan terjadi jika seandainya rekomendasi yang dihasilkan tersebut terdapat kekeliruan atau adanya kesalahan-kesalahan yang tersembunyi karena faktor tidak kehati-hatian dalam melakukan pengkajian masalah.<sup>1</sup>

Untuk itu, keputusan merupakan tindakan yang diambil dengan sengaja maupun tidak sengaja dengan memilih berbagai alternatif yang tersedia dengan penentuan yang matang dengan tujuan menyelesaikan suatu permasalahan. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan sebelum melakukan suatu pembelian.

Didalam proses pengambilan keputusan yang rumit terkadang sering melibatkan suatu pengambilan keputusan, yang dimana melibatkan antara dua ataupun lebih dari alternatif tindakan yang berbeda. Proses

---

<sup>1</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 2.

pengambilan Keputusan bagi konsumen memiliki beberapa tahap diantaranya.<sup>2</sup>

a. Pencarian Informasi

Untuk mencari informasi dilakukan mulai saat konsumen membutuhkan suatu barang yang ingin dimiliki dengan cara membeli dan mengonsumsi suatu produk. Disaat konsumen mulai timbul minatnya nantinya akan mendorong demi mencapai informasi lebih banyak, yang dimana konsumen mencari informasi dengan orang lain tentang kebutuhan akan produk dalam memiliki suatu produk tersebut.

Didalam proses pencarian informasi yang dilakukan oleh nasabah secara umum didapatkan dari pihak pemasaran dengan melalui iklan, tenaga penjualan dan lain sebagainya.

b. Pengenalan Masalah

Pengenalan Masalah adalah konsumen yang akan menuju keputusan pembelian tentang kebutuhan, yang dimana pembeli membayangkan kesenjangan diantara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya tentunya dengan mengetahui suatu perbedaan akan produk tersebut. Pada masalah tersebut pihak pemasar dapat mengetahui kebutuhan apa yang ingin dipenuhi terhadap suatu produk yang ingin dipasarkan.

---

<sup>2</sup>Leon G. Schiffman dan Lesslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. 486.

c. Evaluasi Alternatif

Suatu informasi yang ingin dijadikan pengevaluasian untuk memenuhi suatu kebutuhannya dengan mencari pilihan yang terbaik tentang harga dan kualitas produk tersebut. Penjual harus berusaha memahami pembeli mengenai informasi yang didapatkannya mengenai promosi, produk, keputusan pembelian ini disebutkan sebagai Evaluasi Alternatif.

d. Keputusan Pembelian

Setelah selesainya Tahap Evaluasi, para penjual dapat membedakan atas suatu produk yang ada didalam beberapa pilihan. Pembeli juga dapat merasakan suatu kepuasan ataupun dapat membentuk suatu keinginan untuk memiliki suatu produk tersebut.

Didalam teori ekonomi, kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Jika kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya, begitu pula sebaliknya. Kepuasan dalam terminologi konvensional dimaknai dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan fisik.<sup>3</sup>

Didalam konsumsi Islam, Kita semua sebagai orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang yang anugerahi dan diciptakan oleh Allah SWT untuk umat manusia demi

---

<sup>3</sup>Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 97.

kemaslahatan umat.<sup>4</sup>Konsumsi berlebih-lebihan merupakan tabzir (menghambur-hamburkan harta tanpa berguna) dan israf (pemborosan).

Dengan mempergunakan harta dengan cara yang salah ini artinya Tabzir, yaitu menuju tujuan yang terlarang seperti penyuapan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melarang hukum seperti makanan, pakaian,tempat tinggal dan sebagainya. Ajaran-ajaran islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan seadanya, yakni pola terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi diatas dan meliputi tingkat wajar dianggap israf dan tidak disenangi islam.

Dimana dalam firman Allah SWT dalam surah Al-Nahl ayat 114.

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ

تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Artinya: Maka makanlah dari apa yang direzekikan oleh Allah dalam keadaan halal lagi baik; dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepadanya saja menyembah. (Q.S. An-Nahl ayat 114).

Menurut M. Quraish Shihab Tafsir Al-Mishbah jika telah nyata dari ayat-ayat yang lalu betapa kuasa Allah dan betapa siksa-Nya dapat menimpa yang mengganti nikmat-nya dengan kemusyrikan dan kekufuran, maka hati-hatilah, jangan berlaku seperti orang-orang musyrik mengingkari nikmat-nikmat Allah dan mengganti nikmat itu

---

<sup>4</sup>Nur Rianto al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), hlm. 140.

menjadi keburukan. Pilihlah, wahai orang-orang yang beriman, jalan kesyukuran, dan makanlah sebagian dari apa yang direzekikan, yakni dianugerahkan, oleh Allah kepada kamu antara lain yang telah disebut pada ayat-ayat yang lalu. Makanlah itu dalam keadaan halal lagi baik, lezat dan bergizi serta berdampak positif bagi kesehatan dan syukurilah nikmat Allah agar kamu tidak ditimpa apa yang menimpa negeri-negeri terdahulu jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.<sup>5</sup>

Dalam Agama Islam salah satu ciri penting adalah tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat, tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan dan penyalahgunaannya. Ciri khas dalam Islam juga memiliki daya aplikatifnya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan dan tabzir. Dalam buku fikih Islam, orang yang melakukan pemborosan atau tabzir seharusnya dikenai pembatasan dan bila dianggap perlu, dilepaskan dan dibebaskan untuk mengurus harta miliknya sendiri.

e. Perilaku Pembelian

Pembeli dapat mengalami suatu ketidaksamaan antara produk dengan keinginan, karena merasakan ketidaksesuaian dan mendengar hal-hal yang tidak sesuai terhadap produk. Setelah melakukan pembelian komunikasi di antara para konsumen harus memasok keyakinan dan

---

<sup>5</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Vol 6*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 757.

evaluasi yang menjadikan pilihan konsumen dan membantu dia merasa nyaman dengan produk tersebut.<sup>6</sup>

## **2. Pembagian Pengambilan Keputusan Nasabah**

Pembagian dalam pengambilan keputusan oleh nasabah terdiri dari beberapa pembagian diantaranya pengambilan keputusan yang objektif dan subyektif, yaitu :<sup>7</sup>

### **a. Pengambilan keputusan Subyektif**

Pengambilan keputusan ini dimana Suatu pengambilan keputusan yang berdasarkan pada instansi, pengalaman dan informasi yang tidak lengkap, yang berbeda dengan pengambilan keputusan obyektif yang didasarkan pada informasi yang logis, jelas, lengkap dan akurat.

### **b. Pengambilan keputusan objektif**

Suatu keputusan yang bersifat logis dan sistematis. Pendekatan ini dilakukan langkah demi langkah. Asumsi dalam pendekatan ini adalah memiliki waktu untuk mengikuti setiap langkah proses pengambilan keputusan secara sistematis, tersedia informasi lengkap dan akurat, memiliki kebebasan dalam menentukan pilihan yang dianggap terbaik, disebutkan sebagai pengambilan keputusan yang objektif.

---

<sup>6</sup>Ibid, hlm. 243.

<sup>7</sup>Fandi Tjiptono dan Anasti Diana, *Total Quality Manajement*, (Yogyakarta: Andi, 2001), hlm. 186.

### **3. Teknik Pendekatan Untuk Mempengaruhi Keputusan Nasabah**

#### **a. Teknik Pendekatan Humannistik**

Teknik yang merupakan pendekatan yang bersifat manusiawi. Didalam teknik ini keputusan membeli sepenuhnya diserahkan kepada konsumen yang bersangkutan.

#### **b. Teknik Pendekatan Stimulasi respons**

Teknik yang merupakan penyampaian ide-ide atau pengetahuan tentang suatu produk dan merek kepada nasabah agar nasabah tertarik atau termotivasi untuk mengambil keputusan membeli produk-produk yang disampaikan.

#### **c. Teknik Pendekatan Kombinasi antara Humannistik dan Stimulasi Respon**

Teknik yang merupakan pendekatan dari hasil kombinasi antara stimulasi respon dan teknik humannistik. Pemilik perusahaan dalam menghadapi konsumen lebih bersifat mengkondisikan perilaku yang memungkinkan konsumen termotivasi untuk membeli, namun keputusan pembelian diserahkan sepenuhnya kepada konsumen.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup>Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 16.

#### 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah

Dengan adanya penelitian ini, peneliti hanya mengambil tiga faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan Produk *Arrum* Haji pada PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina, yaitu :

##### a. Lokasi

Lokasi merupakan jejaring (*net working*) dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah.<sup>9</sup>lokasi adalah suatu tempat yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan untuk menarik suatu nasabah. Yang dimana penentuan lokasi perusahaan merupakan suatu kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati.Suatu Perusahaan harus dibangun ditempat yang strategis, yang dekat dengan nasabah dan mudah untuk mencapainya.

Pemilihan lokasi yang tepat mampu memberikan pengaruh pada keputusan nasabah akan memilih suatu Produk, lokasi yang bernilai strategis tidak hanya berpengaruh dalam jangka pendek, namun juga bersifat jangka panjang.

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi perusahaan yaitu :<sup>10</sup>

##### 1) Jenis Usaha yang dijalankan

Jenis usaha yang dijalankan sangat penting untuk menentukan lokasi suatu usaha, karena tidak semua perusahaan dan

---

<sup>9</sup>Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 118.

<sup>10</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 216.

usaha yang dijalankannya itu cocok di lokasi yang sama ada yang usaha itu cocok di sekitar pasar dan begitupula tidak cocok di lokasi pasar tersebut.

## **2) Dekat dengan Pasar (Strategis)**

Pasar adalah suatu tempat yang ramai yang cocok dibuat sebagai lokasi untuk mendirikan sebuah usaha, karena pemilihan tempat tersebut mudah untuk mendapatkan konsumen.

Pemilihan suatu Lokasi yang strategis adalah suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik suatu nasabah yang bertujuan agar perusahaan tersebut dapat meningkat.

## **3) Dekat dengan Bahan Baku**

Dalam menentukan lokasi, salah satu perusahaan harus mempertimbangkan lokasi usahanya tersebut yaitu dekat dengan bahan baku, yang tujuannya untuk menghemat biaya yang akan dikeluarkan oleh pabrik. Jika lokasinya jauh dari bahan baku maka akan memperbanyak biaya yang keluar untuk mendapatkan bahan baku tersebut.

## **b. Kualitas Pelayanan**

### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi terhadap

terwujudnya kepuasan dan loyalitas pelanggan. Maka, kualitas berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain.<sup>11</sup>

Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan pada konsumen yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Jadi, Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai suatu aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin tidak terikat atau tidak pada produk fisik.

## 2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa yang dapat mengukur tingkat kepuasan seorang nasabah yaitu:<sup>12</sup>

- a. *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

---

<sup>11</sup>Herry Susanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 64.

<sup>12</sup>Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 89.

diberikan oleh pemberian jasa. Yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang dan lain sebagainya), serta penampilan pegawainya.

- b. *Reliability* atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelayanan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemauan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
- e. *Empaty* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

## **c. Harga**

### **1. Pengertian Harga**

Harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.<sup>13</sup> Harga sangat mempengaruhi suatu keputusan pembelian karena nasabah biasanya akan membandingkan suatu harga terlebih dahulu dan mencari yang paling sesuai dengan kondisi finansialnya, selain itu nasabah akan menilai terlebih dahulu apakah suatu harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapat atau tidak.

### **2. Faktor- Faktor Pertimbangan Harga (Nisbah)**

Penentuan kecil besarnya suku bunga angsuran pinjaman dan bunga simpanan sangat dipengaruhi oleh keduanya, artinya baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman saling mempengaruhi. Faktor-faktor lainnya yang ikut mempengaruhi suatu harga yaitu seperti jaminan, jangka waktu, kebijakan pemerintah, dan target laba.

Faktor utama yang sangat mempengaruhi besar kecilnya penetapan Tingkat Harga secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

---

<sup>13</sup>Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, cet 10, 2014), hlm. 191.

- a. Persaingan
- b. Kebutuhan dana
- c. Kebijakan pemerintah
- d. Target laba yang diinginkan
- e. Reputasi Perusahaan
- f. Kualitas Jaminan
- g. Jangka Waktu

**d. Produk *Arrum* Haji**

*Arrum* haji adalah dana yang berupa talangan haji. Pegadaian syariah bekerja sama dengan bank berbasis syariah yang ditunjuk. Calon nasabah cukup menyerahkan jaminan emas seberat 15 gram atau senilai 7 juta plus bukti SA BPIH SPPH & buku tabungan haji. Selanjutnya pegadaian syariah akan menalangi dana senilai 25 juta sesuai syarat minimal untuk mendapatkan porsi yang ditetapkan pemerintah. Dana yang disyaratkan akan disetor setelah nasabah melakukan registrasi ke bank yang bersangkutan. Saat mendaftar nasabah cukup menunjukkan SBG (Surat bukti Gadai) yang didapat setelah menyetor jaminan dan formulir yang sudah diverifikasi oleh pegadaian syariah.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup>[www.pegadaian.com](http://www.pegadaian.com), diakses tanggal 28 Juni 2020 pukul 16.13 WIB.

1. Keunggulan Arrum Haji:

- a. Memperoleh tabungan haji yang langsung dapat digunakan untuk memperoleh nomor porsi haji.
- b. Emas dan Dokumen haji aman tersimpan di Pegadaian.
- c. Biaya Jaminan emas dapat dipergunakan untuk pelunasan biaya haji pada saat lunas.

**B. Penelitian Terdahulu**

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

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

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Agutina tambunan, (Skripsi IAIN Padangsidempuan, 2015)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan rahn emas di PT. Bank Syariah Cabang Padangsidempuan	Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan rahn emas di PT. Bank Syariah Cabang Padangsidempuan
2.	Ani Rakhmanita, (Jurnal Sekretariat dan Manajemen BSI Jakarta, Vol. 2 No 2, 2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji memilih Pegadaian Syariah	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih Pembiayaan Haji pada Pegadaian Syariah yaitu kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi.
3.	Makhdaleva H, (Jurnal Ekonomi	Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan	Hasil Penelitian tersebut menunjukkan

	Islam, VOL. 8, No. 1, 2017)	Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Haji Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok.	bahwa secara parsial dan simultan variabel kualitas promosi, kepercayaan dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4.	Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, ( Jurnal : Program Studi Akuntansi-FEB UMS, 25 Juni 2014 )	Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta.	Dimana hasil penelitian Promosi. Produk, dan Lokasi Tidak berpengaruh, sedangkan Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta.
5.	Faridatul Fitriyah (Jurnal Nusamba Vol.1 No. 1, 2016).	Pengaruh Pendapatan, Dana Talangan Haji dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah mendaftar Haji (Studi kasus BNI Syariah Tulungagung)	Dimana pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh, Religiusitas berpengaruh signifikan, Dana Talangan Haji memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah mendaftar haji,

Perbedaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian yang dilakukan Agutina tambunan menggunakan 1 variabel Sedangkan Peneliti ini menggunakan 3 variabel. Persamaannya yaitu memiliki 1 variabel yang sama yaitu Kualitas Pelayanan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita, beliau meneliti pada perusahaan dengan menggunakan variabel Promosi, lokasi, dan kualitas Pelayanan sebagai faktor yang mempengaruhinya, sedangkan penelitian ini faktor harga, kualitas Pelayanan, dan Lokasi sebagai faktor yang mempengaruhinya.
3. Penelitian yang dilakukan Makhdaleva yaitu beliau meneliti pada perusahaan Bank Syariah Mandiri Kcp. Sawangan Kota Depok, sedangkan penelitian ini dilakukan di perusahaan PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina. Indikator Makhdaleva adalah kualitas promosi, kepercayaan dan kesadaran merek, sedangkan indikator dari penelitian ini adalah lokasi, Kualitas Pelayanan, dan faktor Harga.
4. Penelitian yang dilakukan Atwal arifin dan Husnul Khotimah, beliau meneliti pada perusahaan Bank Syariah Surakarta, sedangkan penelitian melakukan penelitian pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina. Indikator Atwal Arifin dan Husnul Khotimah adalah produk, pelayanan, promosi, dan lokasi, sedangkan indikator dari penelitian ini adalah faktor lokasi, faktor Kualitas Pelayanan, dan faktor Harga.
5. Penelitian Faridatul Fitriyah, beliau menyatakan bahwa salah satu variabel  $x$  yang mempengaruhi variabel  $y$  (keputusan nasabah dalam mendaftar

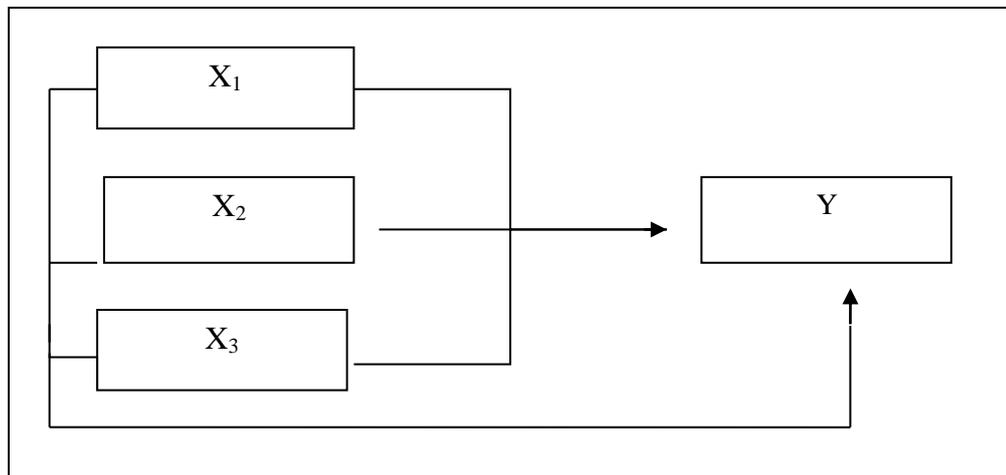
haji) yaitu Pendapatan, Religiusitas, dan Dana Talangan sedangkan dalam penelitian ini Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Harga. Persamaannya yaitu sama-sama memiliki variabel y yang sama yaitu keputusan nasabah dalam mendaftar haji.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>15</sup> Dari hasil analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel, maka dirumuskan suatu kerangka pikir penelitian sebagai berikut :

**Gambar 1**

**Kerangka Pikir**



<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm. 48.

Keterangan :

 : Berpengaruh secara Simultan

 : Berpengaruh secara Parsial

$X_1$  : Lokasi

$X_2$  : Kualitas Pelayanan

$X_3$  : Harga

$Y$  : Keputusan Nasabah

Variabel terikat ( dependent variable) adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah pegadaian syariah memilih produk Arrum Haji. Sedangkan variabel bebas (independent variable) adalah variabel dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan bagi variabel terikat nantinya. Dalam penelitian ini variabel independennya yaitu lokasi, kualitas pelayanan dan harga.

## **K. Hipotesis**

Hipotesis adalah perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun / mengarahkan penyelidikan

selanjutnya.<sup>16</sup> Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>01</sub> : Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *Arrum* Haji pada PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina.

H<sub>a1</sub> : Terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* hajipada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

H<sub>02</sub> : Tidak Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *arrum haji* pada PT. Pegadaian(Persero) UPS Madina.

H<sub>a2</sub> : Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

H<sub>03</sub> : Tidak terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

H<sub>a3</sub> : Terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

---

<sup>16</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 104.

H<sub>04</sub> : Tidak Terdapat pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

H<sub>a4</sub> : Terdapat pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga terhadap Keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilaksanakan di PT (Persero) UPS Madina. Sedangkan waktu penelitian dilakukan pada 11 Februari 2020 sampai dengan Juli 2020.

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

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini mengkonfirmasi konsep dan teori yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya dengan fakta dan data yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.<sup>1</sup>

Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk *Arrum* Haji, variabel X dalam penelitian ini adalah faktor Lokasi, faktor kualitas pelayanan dan faktor harga. Sedangkan yang menjadi variabel Y adalah keputusan nasabah dalam menggunakan produk *arum* haji.

---

<sup>1</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm.5.

## C. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Kuncoro Populasi merupakan kelompok elemen yang lengkap berupa objek, transaksi, atau kejadian yang dipelajari untuk dijadikan objek penelitian.<sup>2</sup>

Populasi yang peneliti ambil yaitu seluruh Nasabah pegadaian syariah yang menggunakan produk *arrum haji* yang berjumlah 37 nasabah.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Tujuan penentuan sampel ialah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian.<sup>3</sup>

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi.<sup>4</sup> Alasan mengambil metode sampel jenuh karena menurut Sugiyono jumlah populasi yang kurang dari 100 seluruh populasi dijadikan sampel penelitian. Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 37 nasabah.

---

<sup>2</sup>Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 146.

<sup>3</sup>Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 112.

<sup>4</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Alfabeta, 2007), hlm. 47.

## D. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam suatu penelitian, karena tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi :

### a. Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada penelitian yang mau memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert, sebagai skala penggunaan pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial.<sup>5</sup> Angket yang digunakan sebagai bentuk teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala original dengan rumusan sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Tabel Penetapan Skor**

Alternatif Jawaban	Skor sikap Pertanyaan	Kategori Jawaban
SS	5	Sangat Setuju
S	4	Setuju
KS	3	Kurang Setuju
TS	2	Tidak Setuju
STS	1	Sangat Tidak Setuju

---

<sup>5</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 80.

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

No	Variabel $X_1$	Indikator	Nomor Pertanyaan
1.	Lokasi	Lokasi yang aman	1, 2 dan 3
		Mudah Diakses	4, 5, 6 dan 7
		Lokasi yang Strategis	8, 9 dan 10

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

No	Variabel $X_2$	Indikator	Nomor Pertanyaan
2.	Kualitas Pelayanan	Daya Tanggap	1, 2, 3 dan 4
		Keamanan	5, dan 6
		Kemudahan dan kecepatan pelayanan	7, 8, 9 dan 10

**Tabel 3.4**  
**Kisi-kisi Angket**

No	Variabel $X_3$	Indikator	Nomor Pertanyaan
3.	Harga	Keuntungan Bagi Hasil	1, 2, dan 3
		Biaya Angsuran Rendah	4, 5, 6, 7 dan 8
		Sistem Bagi hasil lebih menguntungkan dari sistem bunga	9 dan 10

**Tabel 3.5**  
**Kisi-kisi Angket**

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Pertanyaan
1.	Keputusan Nasabah	Pengenalan Informasi	1 dan 2
		Pencarian Informasi	3 dan 4
		Evaluasi Alternatif	5 dan 6
		Keputusan Pembelian	7 dan 8
		Perilaku Pasca Pembelian	9 dan 10

## **b. Dokumentasi**

Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen tulis dan sebagainya.

## **E. Teknik Analisis Data**

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

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis 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 untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif juga bertujuan menunjukkan nilai *maximum*, *minimum*, *mean*, dan *standar deviation* dari data yang terkumpul.<sup>6</sup>

### **2. Uji Instrumen**

#### **a. Validitas**

Validitas atau kesahihan adalah skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>7</sup> Uji validitas digunakan untuk mengetahui

---

<sup>6</sup>Dwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm. 30.

<sup>7</sup>Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Bandung: Erlangga, 2009), hlm. 172.

kelayakan butir-butir pertanyaan dalam mendefinisikan variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada suatu butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil  $r_{hitung}$  yang dibandingkan dengan  $r_{tabel}$ , dimana  $r_{tabel}$  dapat diperoleh melalui  $df$  (degree of freedom) =  $n-2$  (signifikan 5 %,  $n$  = jumlah sampel). Jika nilai  $r_{tabel} < r_{hitung}$ . Maka data dinyatakan valid, jika  $r_{tabel} > r_{hitung}$  maka data dinyatakan tidak valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula. Pengujian reliabilitas data dengan menggunakan SPSS dengan menggunakan teknik *Croanbach alpha*.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Croanbach alphan* masing-masing instrument dalam suatu variabel, instrument yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Croanbach alpha*  $< 0,60$  maka instrument yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak reliabel (valid).<sup>8</sup>

#### **c. Uji Linearitas**

Secara umum uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang

---

<sup>8</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

linear antara variabel bebas yaitu ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), dengan variabel terikat ( $Y$ ).

Maksudnya apakah garis antara  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan  $Y$  membentuk garis linear atau tidak. Berikut adalah syarat dari uji linearitas :<sup>9</sup>

- a. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulan adalah tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas di gunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah hasil yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.<sup>10</sup> Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>11</sup>

Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian pada SPSS dengan metode one sample kolmogorov-smirnov persyaratan data di sebut normal dengan melihat nilai

---

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2014), hlm. 103.

<sup>10</sup>Dwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Dan SPSS 20*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), hlm. 90.

<sup>11</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), hlm. 76.

absolute. Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, dan jika  $\text{sig} < 0,05$  maka dapat dikatakan tidak normal. Pada p plot akan membentuk plot antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu y). Apabila plot dari keduanya berbentuk linier (dapat dikatakan garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual tersebut normal.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan yang signifikan antara independen variabel.<sup>12</sup> Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel bebas. Apabila pada suatu regresi terdapat adanya kasus multikolinearitas, maka terjadi perubahan koefisien regresi dari positif pada saat diuji regresi sederhana, menjadi negative pada saat diuji dengan regresi berganda atau sebaliknya. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).<sup>13</sup>

#### 1) Nilai *Tolerance*

Untuk melihat kriteria pengujian multikolinearitas dengan menggunakan nilai *tolerance*  $> 0,1$  (10%) menunjukkan bahwa

---

<sup>12</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 177.

<sup>13</sup>Nur Asnawi dan Masyuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 176.

model regresi bebas dari multikolinearitas. Dan jika nilai *tolerance*  $< 0,1$  (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolinearitas.

#### 2) VIF (*Variance inflation faktor*)

Apabila nilai VIF  $< 10$  mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas dan jika nilai VIF  $> 10$  mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolinearitas.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.<sup>14</sup>

Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kriteria suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.

#### **e. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu atau tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode regresi yang baik

---

<sup>14</sup>Dwi Priyanto, *Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 113.

seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Jika terjadi Autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak di pakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji durbin-watson (dw), dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1)  $DU < DW < 4-DL$  maka hipotesis ditolak, artinya tidak terjadi Autokorelasi antara variabel lokasi, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan nasabah memilih produk *arrum haji*.
- 2)  $DW < DL$  atau  $DW > 4-DL$  maka hipotesis ditolak, artinya terjadi Autokorelasi.
- 3)  $DL < DU$  atau  $4-DU < DW < 4-DL$ , artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.<sup>15</sup>

#### **f. Uji Regresi Linear Berganda**

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh positif atau negatif antara variabel independen Lokasi ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dan Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah dalam pembelian produk Arrum Haji di PT (Persero) UPS Madina (Y). Adapun bentuk persentase regresi Linear Berganda yang digunakan pada penelitian ini adalah :<sup>16</sup>

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

---

<sup>15</sup> *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, hlm. 106.

<sup>16</sup> *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 277.

- Y = Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Arrrum  
Haji PT (Persero) UPS Madina.
- A = Konstanta
- $b_1 b_2 b_3$  = Koefisien Regresi Linear Berganda
- $X_1$  = Lokasi
- $X_2$  = Kualitas Pelayanan
- $X_3$  = Harga
- e = Error (Tingkat Kesalahan)

## F. Uji Hipotesis

### 1) Uji signifikan Parsial ( Uji t )

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen terpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari pada *table statistic* pada signifikan  $0,1/2 = 0,05$  ( uji dua sisi ) dengan  $df = n-k-1$ .<sup>16</sup>

Dimana :

df = Derajat Kebebasan

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

---

<sup>16</sup>Duwi Priyanto, *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), hlm. 64.

Setelah diperoleh  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  maka untuk interpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut :

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

## 2) Uji Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, rumus untuk menentukan  $f_{tabel}$  adalah :<sup>15</sup>

$$df1 = k-1$$

$$df2 = n-k$$

dimana :

df1 = derajat kebebasan pertama

df2 = derajat kebebasan kedua

k = jumlah variabel independen

n = jumlah anggota sampel

setelah diperoleh  $F_{hitung}$  dan  $f_{tabel}$  maka untuk interpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut :

$F_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

## 3) Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinan adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas

---

<sup>15</sup>Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS, hlm. 56.

terhadap variabel terikat. Uji  $R^2$  dilakukan untuk menilai seberapa besar kemampuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk arrum haji pada PT (Persero) UPS Madina. Semakin banyak variabel yang tercakup dalam model dan fungsi semakin besar pula  $R^2$  tersebut.<sup>16</sup>

Adjusted R Square adalah R square yang telah disesuaikan Adjusted R Square biasanya untuk mengukur sumbangan pengaruh jika dalam regresi menggunakan lebih dari dua variabel bebas.

---

<sup>16</sup>Agus Irianto, *Statistic, Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 130.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum perusahaan**

##### **a. Sejarah Umum PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah( UPS ) Madina**

Pegadaian merupakan sebuah lembaga BUMN yang bergerak dalam bidang jasa perkreditan atas dasar hukum gadai. Menurut sejarah berdirinya, pegadaian didirikan oleh pemerintah Hindia-Belanda pada tanggal 1 April 1901 yang ditandai dengan didirikannya pegadaian cabang sukabumi dan sampai sekarang setiap tanggal 1 April 1901 diperingati dengan hari ulang tahun pegadaian.

Latar belakang didirikannya Pegadaian Syariah yaitu untuk mencegahrentenir, ijon dan pinjaman tidak wajar lainnya, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program dibidang ekonomi dan pembangunan.Pada tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpun berdiri dan mulai membuka unitnya di sadabuan, sipirok, dan sibuhuan. Tujuannya untuk memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat,mudah dan aman.

Pada tahun 2016Pegadaian syariah Alaman bolak Padangsidimpun membuka unit di Pasar Baru Panyabungan dengan nama PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina, hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke

Pegadaian dan tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman dengan Prinsip Syariah.

PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah (UPS) Madina adalah salah satu perusahaan yang berdiri disamping Pasar baru Panyabungan yang dimana Perusahaan ini bergerak dibidang ilmu lembaga keuangan non bank yang berlandasan Syariah dan hanya satu-satunya pegadaian syariah yang berdiri di panyabungan. PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina didirikan dalam rangka menjawab semua kebutuhan sebagian konsumen baik itu muslim maupun non muslim yang menginginkan transaksi yang aman tanpa mengandung unsur *riba*, karena *riba* sudah jelas diharamkan dalam Islam.

Kepercayaan dan kepuasan nasabah/pelanggan/konsumen merupakan kunci penting bagi pegadaian agar usahanya terus bertahan, untuk itu, perusahaan PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madinaberkomitmen untuk terus meningkatkan layanan dan melakukan inovasi produk agar sesuai dengan perkembangan zaman, sekaligus sejalan dengan keinginan nasabah. Komitmen PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina untuk memberikan layanan yang terbaik dan bermanfaat bagi setiap pelanggan diwujudkan melalui sikap dan respons profesionalisme dari perusahaan dan segenap jajaran dalam melayani pelanggan. PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah

Madina juga menjamin kualitas pelayanan kepada setiap pelanggan dengan sigap, responsif dan terpercaya. Melalui berbagai layanan ini, PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina membantu konsumen menjamin kualitas dan keamanan produknya, serta mengurangi resiko dan memberika fasilitas yang baik seperti ruangan yang nyaman, memiliki tempat parkir dan berusaha memenuhi harapan konsumen.

Salah satu penentuan tingkat harga pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah Madina untuk menarik nasabah adalah sebagai berikut :

a) Tingkat *Ujrah* terhadap Produk Gadai Emas

Jumlah % terhadap barang gadai ditaksir dan tidak bisa diprediksi tiap bulannya dengan waktu 12, 18, 24, 36 bulan dari pokok pinjaman. Misalnya nasabah menggadaikan kalung emas dan ditaksir 10 juta, dan memperoleh pinjaman 9,5 juta dan besar angsuran 12 bulan.

Maka angsuran pokok pinjaman = Rp. 9.500.000 : 12 = Rp. 792.000

Biaya pemeliharaan/ Mu'nah : Rp. 10.000.000 x 0,95 % = Rp. 95.000, maka total angsuran perbulan Rp. 887.000.

Biaya administrasi Rp. 70.000.

b) Harga dan Perhitungan Produk *Arrum* Haji

Jaminan emas batangan (LM) minimal 3,5 gram atau emas perhiasan berkadar minimal 70 % senilai 7 Gr.

Yang dimana jika seorang nasabah menginginkan waktu pinjaman 12 bulan, maka biaya angsuran/bulannya dilihat dari biaya proses awal.

Contohnya biaya proses awalnya sebesar Rp. 840.000, maka angsuran tersebut sebesar 2.336.200/bulannya selama 12 bulan.

c) Harga dan perhitungan Produk Amanah

Misalnya harga kendaraan sebesar Rp. 10.000.000

Uang muka Rp. 2.000.000

Uang Pinjaman Rp. 8.000.000

Akad selama 12 bulan.

Maka angsuran perbulannya dihitung dari pokok pinjaman.

Angsuran pokok  $8.000.000 : 12 \text{ bulan} = \text{Rp. } 666.000$

Maka Mu'nah perbulan  $(\text{Rp. } 10.000.000 \times 0,8 \%) = 80.000$ .

## **B. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah para nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina sebanyak 37 responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian pertimbangan yang dianggap mampu untuk menjawab angket secara obyektif. Pengambilan data primer pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar secara acak kepada para nasabah di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Angket yang diberikan kepada responden dalam penelitian ini adalah angket lokasi, kualitas pelayanan, dan harga dan keputusan nasabah dalam memilih produk. Angket lokasi terdiri dari 10 item pertanyaan, angket kualitas pelayanan 10 item pertanyaan, harga 10 item pertanyaan dan keputusan nasabah sebanyak 10 item pertanyaan. Dari masing-masing item pertanyaan disesuaikan dengan indikator variabel.

Penyebaran dan pengumpulan angket dilaksanakan pada hari senin, 15 juni 2020. Penyebaran angket lokasi, kualitas pelayanan, harga, dan keputusan nasabah dilakukan dengan mekanisme yaitu peneliti langsung

menemui responden dengan datang ke PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina. Dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah berdasarkan jenis kelamin dan lama waktu angsuran perbulan. Hal ini diuraikan melalui pembahasan berikut :

d) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan atau menggambarkan jenis kelamin responden. Hal ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat disajikan sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Kategori	Responden	Persentase
Laki – laki	20	54 %
Perempuan	17	46 %
Total	37	100 %

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan data responden diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Arrum Haji yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu sebanyak 20 orang, sedangkan perempuan 17 orang. Artinya, Responden berjenis kelamin laki-laki 54 % dan responden jenis perempuan 46 %.

### C. Analisis Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskripsi meliputi penyajian data melalui tabel, mean, minimum, maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi. Hasil uji analisis statistik sebagai berikut :

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lokasi	37	13	50	32.32	8.819
Kualitas Pelayanan	37	35	50	44.57	3.149
Harga	37	40	50	44.11	2.706
Keputusan Nasabah	37	40	50	43.14	2.668
Valid N (listwise)	37				

Sumber :Hasil Penelitian, (Data diolah, 2020).

Berdasarkan hasil uji analisis deskriptif diatas dapat dilihat pada variabel lokasi dengan jumlah data (N) sebanyak 37 mempunyai *mean* 32,32 dengan nilai *minimum* 13 dan nilai *maximum* 50 serta *standard deviation* 8,819. Variabel Kualitas pelayanan data (N) sebanyak 37 mempunyai *mean* 44,57 dengan nilai *minimum* 35 dan nilai *maximum* 50 serta *standard deviation* 3,149. Variabel Harga data (N) sebanyak 37 mempunyai *mean* 44,11 dengan nilai *minimum* 40 dan nilai *maximum* 50 serta *standard deviation* 2,706. Dan Keputusan nasabah data (N) sebanyak 37 mempunyai *mean* 43,14 dengan nilai *minimum* 40 dan nilai *maximum* 50 serta *standard deviation* 2,668.

## D. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS versi 21 sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

**Tabel 5.1**  
**Hasil Uji Validitas Lokasi ( $X_1$ )**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X <sub>1</sub> . 1	0,538	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 36$ . Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3246$ .	Valid
X <sub>1</sub> . 2	0,446		Valid
X <sub>1</sub> . 3	0,690		Valid
X <sub>1</sub> . 4	0,391		Valid
X <sub>1</sub> . 5	0,431		Valid
X <sub>1</sub> . 6	0,395		Valid
X <sub>1</sub> . 7	0,440		Valid
X <sub>1</sub> . 8	0,666		Valid
X <sub>1</sub> . 9	0,691		Valid
X <sub>1</sub> . 10	0,432		Valid

Sumber : Hasil Penelitian, (data diolah, 2020 )

Dari tabel diatas bahwa hasil uji validitas untuk Variabel Lokasi ( $X_1$ ) dapat disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 5.2**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>)**

Item Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0,653	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 37-2 = 35$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3246$ .	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,653		Valid
X <sub>2.3</sub>	0,550		Valid
X <sub>2.4</sub>	0,511		Valid
X <sub>2.5</sub>	0,383		Valid
X <sub>2.6</sub>	0,643		Valid
X <sub>2.7</sub>	0,643		Valid
X <sub>2.8</sub>	0,406		Valid
X <sub>2.9</sub>	0,505		Valid
X <sub>2.10</sub>	0,446		Valid

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah, 2020 )

Dari tabel diatas bahwa hasil uji validitas untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>2</sub>) dapat disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 5.3**  
**Hasil Uji Validitas Harga Angsuran (X<sub>3</sub>)**

Item Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>3.1</sub>	0,653	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 37-2 = 35$ . Pada taraf signifikansi 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3246$ .	Valid
X <sub>3.2</sub>	0,463		Valid
X <sub>3.3</sub>	0,653		Valid
X <sub>3.4</sub>	0,691		Valid
X <sub>3.5</sub>	0,691		Valid
X <sub>3.6</sub>	0,572		Valid
X <sub>3.7</sub>	0,407		Valid

X <sub>3.8</sub>	0,374		Valid
X <sub>3.9</sub>	0,571		Valid
X <sub>3.10</sub>	0,364		Valid

Sumber : Hasil Penelitian, (data diolah, 2020 )

Dari tabel diatas bahwa hasil uji validitas untuk Variabel Harga Angsuran (X<sub>3</sub>) dapat disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 5.4**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)**

Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y <sub>1</sub>	0,368	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 37-2 = 35$ . Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,3246$ .	Valid
Y <sub>2</sub>	0,562		Valid
Y <sub>3</sub>	0,514		Valid
Y <sub>4</sub>	0,432		Valid
Y <sub>5</sub>	0,431		Valid
Y <sub>6</sub>	0,497		Valid
Y <sub>7</sub>	0,393		Valid
Y <sub>8</sub>	0,339		Valid
Y <sub>9</sub>	0,413		Valid
Y <sub>10</sub>	0,410		Valid

Sumber : Hasil Penelitian,(data diolah, 2020 )

Dari tabel diatas bahwa hasil uji validitas untuk Variabel Keputusan Nasabah (Y) dapat disimpulkan semua item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} >$  dari nilai  $r_{tabel}$ .

b. **Hasil Uji Reliabilitas**

**Tabel 6.1**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
X <sub>1</sub>	0,973	10
X <sub>2</sub>	0,767	10
X <sub>3</sub>	0,730	10
Keputusan Nasabah	0,779	10

Sumber : Hasil Penelitian,(data diolah, 2020)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai untuk uji reliabilitas lokasi sebesar  $0,973 > 0,60$ . Variabel kualitas pelayanan  $0,767 > 0,60$ . Kemudian variabel harga senilai  $0,730 > 0,60$ . Artinya bahwa variable tersebut dinyatakan reliable karena nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Dan selanjutkan variabel keputusan nasabah senilai  $0,779 > 0,60$ . Dengan demikian variabel keputusan nasabah dapat dikatakan *reliable*.

c. Uji linearitas

1) Uji Linearitas Lokasi dengan Keputusan Nasabah

**Tabel 7.1**  
**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	82.491	13	6.345	.840	.619
Between Groups	8.760	1	8.760	1.159	.293
Deviation from Linearity	73.730	12	6.144	.813	.636
Within Groups	173.833	23	7.558		
Total	256.324	36			

Sumber: Hasil Penelitian, (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel diatas nilai Deviation from Linearity pada tabel sig. sebesar 0,636. Jadi, dapat disimpulkan nilai Deviation from Linearity pada tabel sig.  $> 0,05$  ( $0,636 > 0,05$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Lokasi dengan Keputusan Nasabah adalah linear.

2) Uji Linearitas Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Nasabah

**Tabel 7.2**  
**Hasil Uji Linearitas**  
**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	138.416	10	13.842	3.052	.011
Between Groups	94.069	1	94.069	20.743	.000
Deviation from Linearity	44.347	9	4.927	1.087	.405
Within Groups	117.908	26	4.535		
Total	256.324	36			

Sumber: Data hasil Pene(data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel diatas nilai Deviation from Linearity pada tabel sig. sebesar 0,405. Jadi, dapat disimpulkan nilai Deviation from Linearity pada tabel sig.  $> 0,05$  ( $0,405 > 0,05$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Harga dengan Keputusan Nasabah adalah linear.

3) Uji Linearitas Harga dengan Keputusan Nasabah

**Tabel 7.3**  
**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	156.491	11	14.226	3.563	.004
y * x3	Between Groups	33.986	1	33.986	8.511	.007
	Linearity Deviation from Linearity	122.505	10	12.251	3.068	.011
	Within Groups	99.833	25	3.993		
	Total	256.324	36			

Sumber: Hasil output SPSS Versi 21 (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel diatas nilai Deviation from Linearity pada tabel sig. sebesar 0,011. Jadi, dapat disimpulkan nilai Deviation from Linearity pada tabel sig.  $> 0,05$  ( $0,011 > 0,05$ ) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Nasabah adalah linear.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

**Tabel 8.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		37
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00408176
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.576
Asymp. Sig. (2-tailed)		.894

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: hasil output SPSS Versi 21.0 (data diolah, 2020)

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Nilai signifikan yang diperoleh sebesar  $0,894 > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

### b. Uji Multikolinearitas

**Tabel 8.2**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	14.230	6.546		2.174	.037		
Lokasi	-.064	.040	-.213	1.593	.121	.961	1.041
Kualitas Pelayanan	.183	.121	.216	1.512	.140	.840	1.190
Harga	.518	.138	.525	3.740	.001	.867	1.153

a. Dependent Variable: y

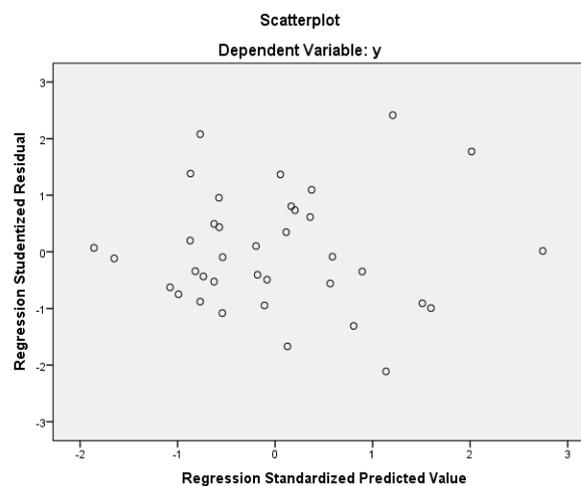
Sumber : Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel Lokasi adalah  $0,961 > 0,1$ , variabel pelayanan  $0,840 > 0,1$ , variabel harga  $0,867 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance*  $> 0,1$ ) sehingga bebas dari multikolinieritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel Lokasi adalah  $1,041 < 10$ . Variabel pelayanan adalah  $1,190 < 10$ , Variabel harga  $1,153 < 10$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel diatas lebih kecil dari pada 10 ( nilai VIF  $< 10$ ) sehingga bebas dari multikonieritas.

### c. Uji Heterokedastisitas

**Gambar 2**  
**Metode Grafik Heterokedastisitas**



Sumber : Hasil Penelitian (data diolah, 2020)

Berdasarkan Gambar diatas bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0

dibawah sumbuY, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heterokedastisitas.

#### d. Uji Autokolerasi

**Tabel 9.1**  
**Hasil Uji Autokolerasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.385	2.093	1.759

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Penelitian, (data diolah, 2020).

Berdasarkan hasil output diatas nilai Durbin Watson sebesar 1,759. Sedangkan dari tabel DW (Durbin Watson) dengan signifikan 0,05 dan jumlah  $n = 37$ , serta  $k = 3$  diperoleh nilai DU sebesar 1,517 artinya tidak terjadi autokorelasi karena  $DU < DW < 4 - DU$  ( $1,517 < 1,759 < 2,483$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi autokolerasi.

### 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 10.1**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)		14.230	6.546		2.174	.037
1 Lokasi		-.064	.040	-.213	-1.593	.121
Kualitas Pelayanan		.518	.138	.525	3.740	.001
Harga		.183	.121	.216	1.512	.140

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Penelitian, (data diolah, 2020)

Dari hasil Uji Regresi Linear Berganda diatas, maka rumus

tersebut yaitu :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Sehingga Rumus dalam penelitian ini yaitu :

$$KN = a + b_1 L + b_2 KP + b_3 H + e$$

$$KN = 14,230 + (-0,064)L + 0,518KP + 0,183H + e$$

$$A = \text{Konstanta.}$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 14,230 menunjukkan bahwa jika lokasi dan harganilainya 0, maka keputusan nasabah memilih Produk *Arrum* haji sebesar 14,230 satuan.
2. Nilai koefisien variabel lokasi ( $b_1$ ) bernilai negatif sebesar -0,064 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan lokasi sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah memilih Produk *Arrum* haji mengalami peningkatan sebesar -0,064 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
3. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,518 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah memilih Produk *Arrum* haji mengalami peningkatan sebesar 0,518 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.
4. Nilai koefisien variabel Harga ( $b_3$ ) bernilai positif sebesar 0,183 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1 satuan, maka keputusan nasabah memilih Produk *Arrum* haji

mengalami peningkatan sebesar 0,183 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya nilainya tetap.

#### 4. Uji Hipotesis

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

**Tabel 11.1**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan  $R^2$**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.436	.385	2.093

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Sumber : Hasil penelitian, (data diolah, 2020)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa nilai  $Adjusted R Square = 0,385$  mendekati 1. Hal ini menunjukkan bahwa 38,5 % variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan, Harga. Mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *Arrum Haji* di PT (Pegadaian) UPS Madina, Sedangkan 61,5 % lainnya dipengaruhi variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

##### 2) Uji t (Parsial)

**Tabel 11.2**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.230	6.546	2.174	.037
	Lokasi	-.064	.040	-.213	.121
	Kualitas Pelayanan	.518	.138	.525	.001
	Harga	.183	.121	.216	.140

a. Dependent Variable: y

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan untuk variabel  $X_1$  (Lokasi) bahwa nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel atau  $-1,593 < 1,69236$  artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga kesimpulannya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Lokasi terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk *Arrum Haji*.

Nilai variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,740 > 1,69236$ ) maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, sehingga kesimpulannya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk *Arrum Haji*.

Nilai variabel Harga ( $X_3$ ), dimana  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,512 < 1,69236$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga kesimpulannya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap keputusan nasabah menggunakan Produk *Arrum Haji*.

### 3) Uji F (Simultan)

**Tabel 11.3**  
**Hasil Uji F ( Simultan )**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	111.736	3	37.245	8.501	.000 <sup>b</sup>
	Residual	144.588	33	4.381		
	Total	256.324	36			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Sumber : Hasil Penelitian, (data diolah, 2020 )

Berdasarkan tabel tersebut nilai F hitung yang diperoleh adalah 8,501 > 2,88 maka variabel bebas yaitu lokasi, kualitas pelayanan, dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah.

#### E. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada para nasabah *Arrum* haji di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebariskan melalui SPSS versi 21 yaitu :

Menurut hasil perhitungan nilai Adjusted *RSquare* sebanyak 0,436 (43,6 %) yang merupakan hasil dari pengaruh terjadinya variabel Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum* haji sebesar 0,385 (38,5%), sedangkan sisanya 0,615 (61,5 %) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

##### 1. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk *Arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar -1,593 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (37-3-1) = 33$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,69236 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( -1,593 < 1,69236 ). Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh negatif terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk *Arrum* haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori Kasmir yaitu untuk menjalankan sebuah usaha perlu memperhatikan beberapa ketentuan seperti jenis usaha yang dijalankan, letak strategis dan dekat dengan bahan baku.

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa lokasi bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji, namun terdapat faktor lain yang berpengaruh seperti faktor promosi. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Atwal Arifin dan Husnul Khotimah (2014) dengan judul Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta, yang menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Nasabah dalam memilih Produk *Arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 3,740 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (37-3-1) = 33$ , hasil yang didapat dari  $t_{tabel}$  senilai 1,69236 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,740 > 1,69389$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan pengaruhnya positif saat Nasabah memutuskan untuk memilih Produk *Arrum* haji di PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Dalam hal ini setelah diteliti sejalan dengan teori/ pendapat Ali Hasan yaitu bahwa dimensi kualitas/mutu pelayanan dapat mengukur

tingkat kepuasan seorang nasabah, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Ani Rakhmanita (2018) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji.

### 3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk *Arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Dari hasil uji t (parsial) terlihat bahwa  $t_{hitung}$  sebesar 1,512 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (37-3-1) = 33$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,69236 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,512 < 1,69389$ ).

Penelitian ini tidak sejalan dengan teori Rozalinda yang mengatakan bahwa Harga merupakan suatu perwujudan nilai suatu barang atau jasa dalam satuan uang. Dimana suatu harga yang relatif dapat meningkatkan suatu keinginan pembelian suatu produk atau jasa. Dengan demikian harga bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji, namun terdapat faktor lain yang berpengaruh seperti faktor kepercayaan. Penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian Grace Marleen Wariki, dkk dengan judul Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk *arrum* haji.

4. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk *Arrum* haji pada PT. Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Berdasarkan uji simultan (keseluruhan) bahwa variabel bebas bersama-sama berpengaruh positif yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk arum haji dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $8,501 > 2,88$ ) dan nilai sig  $< 0,005$  ( $0,000 < 0,005$ ).

Penelitian ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang menyatakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternative* dan perilaku pasca pembelian dengan harapan untuk menghasilkan suatu keputusan yang terbaik.

#### **F. Keterbatasan Penelitian**

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

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah keterbatasan referensi yang menjelaskan variabel yang terdapat pada penelitian ini serta dalam menyebarkan kuesioner. Penelitian tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pertanyaan

yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

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

1. Hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_1$  ( Lokasi ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum* Haji.
2. Hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel  $X_2$ ( Kualitas Pelayanan ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum* Haji.
3. Hasil uji t bahwa variabel  $X_3$ ( Harga ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Produk *Arrum* Haji.
4. Berdasarkan uji simultan (keseluruhan) bahwa variabel bebas bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk arum haji.

#### B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini adalah :

1. Penelitian selanjutnya agar dapat menambah variabel dalam penelitiannya, perusahaan dan Pimpinan Pegadaian UPS Madina agar lebih memperhatikan Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *Arrum* Haji seperti Lokasi,

Kualitas Pelayanan dan harga, karena hal ini akan menimbulkan seberapa tinggi Keputusan nasabah dalam menggunakan suatu produk khususnya produk *Arrum* Haji.

2. Penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat memastikan bahwa responden menjawab angket penelitian secara jujur, agar penelitian selanjutnya lebih baik kedepannya.
3. Bagi Peneliti yang ingin meneliti mengenai Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk *Arrum* Haji di PT.Pegadaian UPS Madina tidak hanya memfokuskan variabel Faktor yang mempengaruhinya akan tetapi penelitiannya juga memfokuskan mengenai keputusan pembelian produk, dan variabel-variabel lainnya.
4. Bagi Akademik dan perpustakaan diharapkan agar lebih banyak menyediakan literasi yang dibutuhkan oleh peneliti seperti buku-buku, jurnal, dan skripsi yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam proses penelitian agar lebih mempermudah penelitian selanjutnya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku :

- Abdul Ghofur Anshori. *Gadai Syariah Di Indonseia: Konsep, Implementasi, Dan Institutionalisi Cet. Pertama*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005.
- Agus Irianto. *Statistic, Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Ali Hasan. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Duwi Priyanto. *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2012.
- Dwi Priyanto. *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Dwi Priyatno. *Cara Kilat Belajar Dan SPSS 20*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Fandi Tjiptono dan Anasti Diana. *Total Quality Manajement*. Yogyakarta: Andi, 2001.
- Herry Susanto dan Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005.
- Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Irham Fahmi. *Manajemen Pengambilan Keputusan Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, cet 10, 2014.
- . *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- . *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.

- Leon G. Schiffman dan Lesslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks, 2004.
- M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Mishbah Vol 6*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Malayu S. P. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009.
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Mudrajat Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Bandung: Erlangga, 2009.
- . *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Muhammad Syafi’I Antoni. “Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik.” Jakarta: Grenna Insani Press, 2001.
- Nugroho J Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2003.
- Nur Asnawi dan Masyuri. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press, 2011.
- Nur Rianto al-Arif. *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015.
- Sentot Imam Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian*. Jakarta: Alfabeta, 2007.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sutarno. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

**Sumber Lain :**

Ani Rakhmanita, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Pembiayaan Haji Memilih Pegadaian Syariah*”, Jurnal Akademi Sekretari dan Manajemen BSI Jakarta Vol 2 No. 2 September 2018.

Grace Marleen Wariki, dkk, “Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado”, dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 3, No. 2 Juni, 2015.

Wawancara dengan Bapak Pimpinan Pegadaian UPS Madina Bapak Candra Muliawan.

Daftar Pernyataan:

1. Angket Lokasi

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi yang Aman dan Nyaman					
2	Pegadaian PT (Persero) UPS Madina menyediakan lingkungan Kantor yang bersih dan indah					
3	Memiliki tempat Parkir yang luas					
4	Pegadaian PT (Persero) UPS Madina berada di keramaian dan perkotaan tempat berlalu lalang					
5	Lokasi yang memiliki Besar Pendapatan masyarakat sehingga mendukung akan Produk Arrum Haji					
6	Banyaknya usaha yang mendukung Lokasi Tersebut					
7	PT (Persero) UPS Madina menyediakan Produk Arrum Haji dengan tingkat kompetisi akan produk arrum Haji rendah					
8	Pegadaian PT (Persero) UPS Madina menyediakan lokasi yang strategis yang dapat dilihat dari Tepi Jalan Raya dan dekat dengan Tepi Jalan					
9	Lokasi yang mudah dijangkau baik kendaraan pribadi maupun angkutan umum.					
10	Saya memilih Produk Arrum Haji Pada PT (Persero) UPS Madina karena lokasi tersebut mudah diakses di internet (google map)					

2. Angket Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai Pegadaian PT (Persero) UPS Madina Berdiri saat nasabah datang					
2	Karyawan/ti Pegadaian PT (Persero) UPS Madina berbunah muslimah					

Lampiran 2

### SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini;

Nama : Ali Hardana, S.Pd, M.Si.

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

#### FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRRODUK ARRUM HAJI PADA PT (PERSERO) UPS MADINA

Yang disusun oleh:

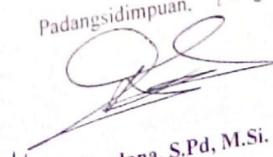
Nama : Lili Tiomalini Siregar  
NIM : 16 401 00059  
Fakultas : EkonomidanBisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Adapunmasukansayaadalahsebagai berikut:

1. *Tambahi Pelebaran*
2. *Angketan Menabung*
3. *berikut cara kerja*

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, 18 Juni 2020

  
Hr. Ali Hardana, S.Pd, M.Si.

## Lampiran







Lampiran :

Wawancara terkait Produk *Arrum Haji* dan Produk di PT.Pegadaian (Persero) UPS Madina dengan Bapak Candra Muliawan ( Bapak Pimpinan PT.Pegadaian UPS Madina ) pada tanggal 2 Maret 2020.







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

Nomor : 687/In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/02/2020  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

28 Februari 2020

Yth. Bapak/Ibu:  
1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I  
2. Sry Lestari : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Lili Tiomalini Siregar  
NIM : 1640100059  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Arrum Haji pada PT (Persero) UPS Madina.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.



**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

Nomor : 107/In 14/G 1/G 4b/TL 00/06/2020  
Hal : Mohon Izin Riset

18 Juni 2020

Yth; Pegadaian PT (Persero) UPS Madina.

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

Nama	: Lili Tiomalini Siregar
NIM	: 1640100059
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk "Arrum Haji" pada PT Persero UPS Madina ".

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

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



Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan



Nomor : 003/III/60964/2020  
Lampiran : -  
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan Tenggara.  
Kota Padangsidimpuan.

Hal : Permohonan Izin Riset

Assalamualaikum wr, wb.

Menindak lanjuti Surat Bapak No : 1017 / In.14/G.4b/TL.00/06/2020, tanggal 15 Juni 2020, Hal Mohon Izin Riset, maka pada prinsipnya kami menyetujui kepada Mahasiswa yang akan melakukan Riset di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina, perlu kami sampaikan dalam hal-hal yang berkaitan dalam Riset para mahasiswa akan diberikan arahan dan petunjuk oleh Petugas yang diberikan wewenang oleh Pimpinan PT Pegadaian (Persero) UPS Madina tentang apa yang harus dilakukan agar sesuai dengan aturan yang berlaku di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina.

Adapun daftar nama yang melakukan Riset di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina adalah sebagai berikut :

No	Nama Mahasiswa	Nim	Jenis Kelamin	Jurusan
1	Lili Tiomalini Siregar	1640100059	Perempuan	Perbankan Syariah

Demikian izin mengadakan Riset bagi mahasiswi saudara ini diberikan, untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik - baiknya.

Pimlpan PT Pegadaian (Persero)  
UPS Madina

  
Affizal  
NIK. P86637  
Syariah



Panyabungan, 23 Juni 2020

Nomor : 003/III/60964/2020  
Lampiran : -  
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,  
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.  
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidempuan Tenggara.  
Kota Padangsidempuan.

Hal : Telah Selesaikan Melakukan Riset

Assalamualaikum wr, wb.  
Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswa dibawah :

Nama : Lili Tiomalini Siregar  
Nim : 1640100059  
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan  
Nasabah Memilih Produk Arrum Haji di PT Pegadaian  
(Persero) UPS. Madina.

Telah selesai melakukan Riset di PT Pegadaian (Persero) UPS Madina yang dilakukan selama satu minggu. Kami atas nama Perusahaan PT Pegadaian (Persero) UPS Madina mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan Pegadaian kepada Masyarakat Umum khususnya nasabah kami.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum wr.wb.

Pimpinan PT Pegadaian (Persero)  
UPS Madina  
  
Afrizal  
NIK.P86637  
Syariah