



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN RAHN
PADA PT. PEGADAIAN CABANG
SYARIAH ALAMAN BOLAK**

SKRIPSI

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

Oleh

**Riki Anggara Batubara
NIM.14 401 00162**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2021**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN *RAHN*
PADA PT. PEGADAIAN CABANG
SYARIAH ALAMAN BOLAK**

SKRIPSI

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

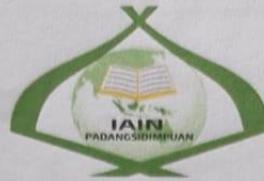
Oleh

**Riki Anggara Batubara
NIM.14 401 00162**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2021



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN RAHN
PADA PT. PEGADAIAN CABANG
SYARIAH ALAMAN BOLAK**

SKRIPSI

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

Oleh

**Riki Anggara Batubara
NIM.14 401 00162**

Pembimbing I

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015**

Pembimbing II

**Ja'far Nasution, Lc., M.E.I
NIDN.2004088205**

PRORAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2021

vivo V20



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

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

Padangsidimpuan, 21 Juni 2021

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Riki Anggara Batubara**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidimpuan
di -

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Riki Anggara Batubara** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

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

PEMBIMBING II

Ja'far Nasution, Lc., M.E.I
NIDN.2004088205

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Riki Anggara Batubara
NIM : 14 401 00162
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/PS-4
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Syariah Alaman Bolak.**

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

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 21 Juni 2021

Saya yang menyatakan,



RIKI ANGGARA BATUBARA
NIM. 14 401 00162

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : Riki Anggara Batubara
Nim : 14 401 00162
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 21 Juni 2021
Yang Menyatakan



RIKI ANGGARA BATUBARA
NIM. 14 401 00162



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

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

DEWAN PENGUJI
 SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Riki Anggara Batubara
 NIM : 14 401 00162
 Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah
 Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang
 Syariah Alaman Bolak

Ketua

Dr. H. Arbanur Rasyid Simbolon, M.A.
 NIP. 197307 25199903 1 002

Sekretaris

Delima Sari Lubis, M.A.
 NIP. 1984 0512 2014 04 2002

Anggota

Dr. H. Arbanur Rasyid Simbolon, M.A.
 NIP. 197307 25199903 1 002

Delima Sari Lubis, M.A.
 NIP. 1984 0512 2014 02 2002

Arti Damisa, S.H.I M.E.I.
 NIDN. 2020 1289 02

Adanan Murroh Nasution, M.A.
 NIDN. 21041183 01

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
 Hari/Tanggal : Rabu/ 07 Juli 2021
 Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
 Hasil/Nilai : Lulus/ 71,75 (B)
 Index Prestasi Kumulatif : 3,42
 Predikat : Amat baik



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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH
PEMBIAYAAN RAHN PADA PT.
PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN
BOLAK

NAMA : RIKI ANGGARA BATUBARA
NIM : 14 401 00162

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

Padangsidempuan, 28 September 2021

Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Riki Anggara Batubara
NIM : 14 401 00162
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak**

Persaingan yang begitu keras di lembaga keuangan, menuntut lembaga keuangan syariah melakukan strategi untuk memperkenalkan produk yang mereka tawarkan ke masyarakat. Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan jumlah nasabah pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak yang tiap tahunnya mengalami penurunan. Salah satu strategi untuk mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah promosi dan pelayanan. Adapun permasalahan yang diteliti yaitu Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang keputusan nasabah, teori tentang Promosi, dan teori tentang Pelayanan. Secara umum penelitian ini banyak bersinggungan dengan teori-teori dalam ilmu manajemen pemasaran.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), signifikansi parsial (uji-t) dan Uji signifikansi Simultan (Uji F). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 97 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *sampling Insidental*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal tersebut diperoleh dari uji koefisien determinasi (R^2) dengan nilai R square sebesar 0,511 artinya 51,1% pengaruh yang signifikan variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas, sedangkan sisanya 48,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Hasil penelitian secara parsial (uji-t) menunjukkan bahwa secara parsial promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,427 > 1,661$) atau H_{a1} diterima. Pada variabel pelayanan secara parsial juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,035 > 1,661$) H_{a2} diterima. Hasil penelitian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa promosi dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah, yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,030 > 2,36$) maka H_{a3} diterima.

Kata Kunci: Promosi, Pelayanan dan Keputusan Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur *Alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti sanjung tinggikan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, maka penyusunan skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah, Skripsi ini berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan *Rahn* Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.”**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun immaterial, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

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

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

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan dan selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
3. Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E, M. Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Drs. Kamaluddin, M. Ag, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid. M.A, selaku wakil dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Ibu Nofinawati, S.E,I, M.A., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah.
5. Bapak Ja'far Nasution, LC., MEI., selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala Perpustakaan serta Pegawai Perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda tercinta Darwis Batubara dan Ibunda tersayang Rohimannur yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah Bapak/Ibu dan Saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penulisan ilmiah ini.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Padangsidempuan, Desember 2020

Peneliti

RIKI ANGGARA BATUBARA
NIM. 14 401 00162

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fatḥah	A	A
— /	Kasrah	i	I
و —	ḍommah	u	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

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

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

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

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- 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).

4. Syaddah (Tsaydid)

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

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Capital

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

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

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

9. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	13
1. Keputusan	13
1) Pengertian Keputusan	13
2) Proses Pengambilan Keputusan	14
2. Promosi	16
1) Pengertian Promosi.....	16
2) Strategi Promosi.....	16
3. Pelayanan	18
1) Pengertian Pelayanan.....	18
4. Pembiayaan	23
1) Fungsi Pembiayaan	23
5. Pegadaian	25
1) Pengertian Gadai.....	25
2) Manfaat <i>Ar-rah</i> n	26
B. Penelitian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Pikir	30

D. Hipotesis	31
--------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu Penelitian	33
B. Jenis penelitian	33
C. Populasi dan sampel	33
1. Populasi	33
2. Sampel	34
D. Instrumen Pengumpulan Data	35
1. Angket	35
2. Dokumentasi	36
3. Studi Kepustakaan	36
E. Sumber Data	37
a. Data Primer	37
b. Data Skunder	37
F. Teknik Analisa Data	37
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas	38
3. Uji Statistik Deskriptif	39
4. Uji Normalitas	39
5. Uji Linearitas	39
6. Uji Asumsi Klasik	40
a. Uji Multikolinieritas	40
b. Uji Heteroskedastisitas	40
7. Analisis Regresi Linear Berganda	40
8. Uji Korelasi Determinasi (R^2)	41
9. Uji Hipotesis	41
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	41
b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	43
1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan	43
2. Visi dan Misi Bank Sumut Syariah	44
3. Produk-Produk Bank Sumut Cabang Syariah Padangsidempuan	47
B. Analisis Hasil Penelitian	49
1. Uji Validitas	49
2. Uji Reliabilitas	51
3. Uji Statistik Deskriptif	51
4. Uji Normalitas	52
5. Uji Liniaritas	53
6. Uji Asumsi Klasik	55
a. Uji Multikolinieritas	55

b. Uji Heteroskedastisitas.....	56
7. Analisis Regresi Linear Berganda	57
8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
9. Uji Hipotesis	59
a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	59
b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
D. Keterbatasan Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	68
B. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1: Perkembangan Jumlah Nasabah Pembiayaan <i>Rahn</i> PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak tahun 2017 s/d 2019.....	5
Tabel I.2 : Definisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1 : Penelitian Terdahulu	27
Tabel IV.1 : Hasil Uji Validitas Promosi	49
Tabel IV.2 : Hasil Uji Validitas Pelayanan.....	50
Tabel IV.3 : Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah	50
Tabel IV.4 : Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel IV.5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif	52
Tabel IV.6 : Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	53
Tabel IV.7 : Hasil Uji Linieritas Promosi Terhadap Keputusan Nasabah	54
Tabel IV.8 : Hasil Uji Linieritas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah	54
Tabel IV.9 : Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel IV.10: Hasil Uji Heterokodestisitas	56
Tabel IV.11: Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	57
Tabel IV.12: Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel IV.13: Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	60
Tabel IV.14: Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F).....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Skema Kerangka Pikir.....	31
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Angket
- Lampiran 2 : Tabulasi Angket Variabel X₁ Promosi
- Lampiran 3 : Tabulasi Angket Variabel X₂ Pelayanan
- Lampiran 4 : Tabulasi Angket Variabel Y Keputusan Nasabah
- Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Promosi
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Pelayanan
- Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah
- Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Promosi
- Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan
- Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah
- Lampiran 11 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 12 : Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*
- Lampiran 13 : Hasil Uji Linieritas Promosi terhadap Keputusan Nasabah
- Lampiran 14 : Hasil Uji Linieritas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah
- Lampiran 15 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 16 : Hasil Uji Heterokodestisitas
- Lampiran 17 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda
- Lampiran 18 : Hasil Uji koefisien determinasi (R^2)
- Lampiran 19 : Hasil Uji Parsial (uji-t)
- Lampiran 20 : Hasil Uji Simultan (uji-F)
- Lampiran 21 : Tabel r
- Lampiran 22 : Tabel f
- Lampiran 23 : Tabel t

Lampiran 24 : Permohonan Kesedian Menjadi Pembimbing Skripsi

Lampiran 25 : Surat Validasi

Lampiran 26 : Mohon ijin riset

Lampiran 27 : Balasan Mohon Ijin Riset

Lampiran 28 : Surat Keterangan Telah Selesai Melakukan Riset

Lampiran 29 : Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya perekonomian suatu negara, Kebutuhan terhadap uang tunai terkadang menjadi kebutuhan yang sangat mendesak pada waktu tertentu, maka proses untuk memperoleh uang tunai tersebut harus cepat. Salah satu upaya pemerintah dalam mengembangkan perekonomian nasional adalah menyalurkan fasilitas kredit kepada masyarakat yang membutuhkan melalui lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank. Oleh karena itu lembaga keuangan memiliki peranan penting dalam penyediaan pendanaan untuk mengembangkan sektor-sektor produktif.

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat, investor atau pihak - pihak yang kelebihan dana dan kemudian disalurkan kepada masyarakat yang kekurangan dana serta melayani dan menawarkan berbagai produk yang dimiliki oleh pihak lembaga keuangan.¹ Pada pelaksanaannya tidak dapat dipungkiri sebagian lembaga keuangan masih menggunakan sistem bunga. Hal ini menjadikan kesenjangan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang menjadikan masyarakat kaya semakin kaya sedangkan masyarakat miskin semakin miskin.

Secara umum lembaga keuangan berperan sebagai lembaga intermediasi keuangan, yaitu merupakan proses penyerapan dana dari unit surplus ekonomi,

¹Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 9.

baik sektor lembaga pemerintah maupun individu (rumah tangga) untuk penyedia dana bagi unit ekonomi lain.² Lembaga intermediasi keuangan berdasarkan kemampuan menghimpun dana dari masyarakat dapat dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Lembaga keuangan bank menghimpun dana secara langsung dari masyarakat dalam bentuk simpanan misalnya: giro, tabungan atau deposito. Sedangkan lembaga keuangan nonbank adalah lembaga keuangan yang lebih terfokus kepada bidang penyaluran dana. Salah satu bentuk lembaga keuangan nonbank adalah Pegadaian .

Pegadaian adalah lembaga keuangan nonbank yang termasuk dalam klasifikasi perantara investasi (*investment intermediary*). Pegadaian merupakan lembaga perkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian adalah satu-satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti yang dimaksud dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150.

Di Indonesia perum pegadaian terbagi atas 2 macam yaitu pegadaian Konvensional dan Pegadaian Syariah. Secara umum kinerja pegadaian syariah dan konvensional sama-sama menawarkan produk kepada masyarakat, namun yang membedakannya yaitu dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga, menetapkan uang

²Andi Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm.29.

sebagai alat tukar bukan komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa atau bagai hasil. Dasar hukum gadai syariah dalam memenuhi prinsip-prinsip syariah adalah fatwa DSN No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 tentang *rahn*, dan fatwa DSN MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada peraturan pemerintah No.10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990.³

PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak didirikan pada tahun 2005. Tujuannya untuk memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman.⁴ Produk yang ditawarkan diantaranya, Produk *Ar-rum* yaitu produk untuk usaha mikro, produk Amanah yaitu produk kepemilikan kendaraan bermotor, produk MULIA yaitu produk pembiayaan investasi emas batangan tunai/angsuran, produk *Ar-Rahn* yaitu produk gadai emas, dan lain-lain. *Rahn* merupakan salah satu produk pembiayaan dari PT. Pegadaian cabang syariah Alaman Bolak berupa fasilitas pembiayaan dengan cara memberikan utang (*Qardh*) kepada nasabah dengan jaminan emas (perhiasan/logam mulia). Dalam sebuah akad *rahn*, bank mengambil upah (*ujroh, fee*) atas jasa penyimpanan yang dilakukan berdasarkan akad ijarah.

Keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit bagi sekelompok masyarakat atau

³Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan lain Edisi 2* (Jakarta: Selemba Empat, 2006), hlm. 211.

⁴ Nurlaila Tanjung, “ Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunkan Jasa Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan” (Skripsi:Iain Padangsidempuan, 2015), hlm. 3

seorang nasabah, dalam hal ini nasabah terlebih dahulu mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, hingga pada proses pengambilan keputusan.

Menurut Richard L. Daft dalam buku *management* mengartikannya sebagai pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses identifikasi permasalahan dan peluang, kemudian menyelesaikannya. Pengambilan keputusan melibatkan usaha sebelum dan setelah pilihan aktualnya.⁵ Sedangkan Menurut Schiffman dan Kanuk dalam buku Ujang Sumarwan mendefinisikan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa pilihan alternatif.⁶

Berdasarkan definisi dari para pakar di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif yang ada.

Keputusan nasabah sangat penting dan berpengaruh pada perkembangan jumlah nasabah yang akan memilih produk bank itu sendiri, terlebih pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. *Pertama*, menurut informasi yang peneliti dapatkan dari seorang karyawan yang bernama Rizal, menjelaskan bahwa perkembangan jumlah nasabah produk pembiayaan *Rahn* PT.

⁵ Richard L Daft, *Manajemen, Diterjemahkan dari "Management"* oleh Edward Tanujaya dan Shirly Tioliana (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 401.

⁶Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 366.

Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak tidak selalu meningkat dari tahun ke tahun, sedangkan perkembangan jumlah nasabah produk pembiayaan *Rahn* PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak dipengaruhi oleh tingkat perekonomian masyarakat untuk menjadi nasabah pembiayaan tersebut. *Kedua*, kurangnya strategi promosi yang dilakukan oleh para karyawan dalam memasarkan produk pembiayaan *Rahn* itu sendiri. *Ketiga*, kurangnya analisa yang dilakukan oleh pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah. Adapun perkembangan jumlah nasabah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel I.1

Jumlah Nasabah Pembiayaan *Rahn* PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Tahun 2017-2019

Tahun	Jumlah Nasabah
2017	3.504
2018	3.369
2019	3.304
Total	10.177

Sumber: PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, 2017-2019

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak padangsimpulan tidak menetap dan bahkan berubah tiap tahunnya. pada tahun 2017-2018 mengalami penurunan sebanyak 235 nasabah menjadi 3369 nasabah, dan pada tahun 2018-2019 juga mengalami penurunan 65 nasabah menjadi 3304 nasabah. Kenaikan yang diharapkan terjadi setiap tahunnya tidak tercapai karna jumlah nasabah tiap tahunnya mengalami penurunan.

Permasalahan ini harus segera ditangani dengan harapan terjadi peningkatan jumlah nasabahnya.

Berdasarkan observasi awal peneliti pada saat melakukan magang di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak, penurunan jumlah nasabah tiap tahunnya disebabkan beberapa hal seperti kondisi ekonomi, pelayanan yang belum optimal, dan minimnya pengetahuan nasabah tentang produk tersebut.

Pada setiap Perusahaan Promosi dan Pelayanan salah satu point penting dalam meningkatkan jumlah nasabah. Promosi merupakan suatu sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan para konsumennya. Melalui aktivitas promosi, perusahaan dapat mengomunikasikan segala hal yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkannya. Lembaga keuangan pada umumnya memanfaatkan sarana komunikasi yang meliputi: pengiklanan(*advertising*), promosi penjualan (*sales promotion*), publisitas (*publicity*), dan penjualan langsung secara pribadi (*personal selling*), untuk menyampaikan informasi produk maupun jasanya.

Periklanan (*Advertising*) adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, segala sesuatu produk yang dihasilkan oleh bank. Informasi yang diberikan adalah manfaat produk, harga produk serta keuntungan-keuntungan produk dibandingkan pesaing. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) yaitu berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Publisitas (*Publicity*) yaitu kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa, Dengan kata lain publisitas adalah upaya orang

atau organisasi agar kegiatannya diberitakan di media massa. Kegiatan promosi yang keempat adalah penjualan pribadi atau *personal selling*.⁷

Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. dalam pelayanan indikator yang digunakan untuk menilai baik atau tidaknya suatu pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*).⁸

Selain Pelayanan dan Promosi, kredibilitas karyawan merupakan faktor yang penting dalam membangun kedekatan dengan nasabah. Menurut Devito, kredibilitas dapat berupa kemampuan komunikasi yang baik dan memiliki beberapa kriteria yang meliputi kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, daya ekspresi, dan orientasi terhadap orang lain. Dimana kelima hal tersebut akan menciptakan interaksi interpersonal yang efektif.⁹ Seseorang dapat dikatakan berkredibilitas yang tinggi apabila memiliki karakter dan kemampuan untuk bisa dipercaya, jujur dan berkompeten dalam mengkomunikasikan sebuah informasi. Kredibilitas karyawan juga dapat dinilai berdasarkan jiwa kepemimpinan yang dimiliki, kerja keras dan kedisiplinan. Karyawan yang kredibel dapat mempengaruhi keputusan yang akan diambil oleh nasabah.

Berdasarkan permasalahan yang mendasari penelitian ini karena ditemukan perbedaan pendapat (*research gap*) antara hasil penelitian terdahulu

⁷Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta; PT.Raja Grafindo Persada, 2000), hlm.173

⁸M.Nur Riato Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm . 211

⁹Sutisna, *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 31.

dan adanya *research problem* mengenai keputusan menjadi nasabah, maka peneliti menggunakan PT. Pegadaian Cabang syariah Alaman Bolak untuk diteliti dengan mengambil Pelayanan dan Promosi sebagai faktor yang umumnya dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak , serta faktor mana yang paling dominan dari kedua faktor tersebut dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah. Dan Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN RAHN PADA PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK ”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jumlah Nasabah Pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang syariah Alaman Bolak mengalami penurunan dari tahun ke tahun.
- b. Kondisi ekonomi masyarakat dengan kurangnya pengetahuan tentang produk tersebut mempengaruhi terjadinya penurunan jumlah nasabah di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.
- c. Pelayanan Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak kurang maksimal karena kurangnya analisa PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah pada penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar pembahasan ini lebih terarah dan terfokus pada permasalahan yang dikaji. Adapun permasalahan yang diteliti yaitu membahas Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Nasabah memilih Pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membahas dua faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu faktor Promosi dan Pelayanan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Menghindari terjadinya kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam judul penelitian maka di sini dibuat definisi operasional variabel, guna menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Definisi yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel II.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel Penelitian	Definisi Variabel Penelitian	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Promosi	Promosi adalah cara yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk memperkenalkan prokduk yang meraka miliki kepada konsumen atau nasabah	a. <i>Advertising</i> b. <i>Personal Selling</i> c. <i>Sales Promotion</i> d. <i>Publicity</i>	Skala likert

2.	Pelayanan	Pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.	a. <i>Responsiveness</i> b. <i>Empathy</i> c. <i>Tangibel</i> d. <i>Assurance</i>	Skala likert
4.	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. ¹⁰	a. Pengenalan Masalah b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian e. Perilaku Pasca Pembelian	Skala likert

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh faktor promosi secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?
2. Apakah ada pengaruh faktor pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?
3. Apakah ada pengaruh faktor promosi dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?

¹⁰Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2003), hlm.15.

F. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah:

- a. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?
- b. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?
- c. Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak?

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi mahasiswa yaitu diharapkan dapat menambah wawasan untuk meningkatkan kompetensi dan kecerdasan.
2. Bagi Peneliti yaitu Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan berupa tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti dibangku kuliah.
3. Bagi Pegadaian Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang relevan tentang pembiayaan *Rahn*.

H. Sistematika Pembahasan

Pada BAB I dalam kajian pendahuluan terdapat latar belakang masalah, dilanjutkan pada bagian identifikasi masalah, dalam bagian identifikasi masalah membahas masalah atau merangkum masalah yang sudah dipaparkan pada latar belakang. Sesudah dibuat identifikasi masalah dilanjutkan pada pembatasan masalah dari masalah yang ada diidentifikasi

masalah dibatasi untuk menjadi fokus penelitian. Kemudian dibuat definisi operasional variabel guna menjelaskan tentang variabel yang ada. Lanjut pada pembuatan rumusan masalah yang diambil dari batasan masalah dijadikan sebuah pertanyaan. Kemudian diberi jawaban pada tujuan penelitian. Kemudian dicantumkan pada siapa saja kegunaan penelitian tersebut.

Pada BAB II dalam landasan teori terdapat bagian-bagian yaitu, kerangka teori. Dalam kerangka teori terdapat penjelasan-penjelasan dari sub bab yang akan dibahas dari judul yang diangkat untuk penelitian. Kemudian dicantumkan penelitian-penelitian yang berkaitan pada penelitian yang akan dilaksanakan sebagai acuan pada penelitian sebagai pembeda. dilanjutkan pada bagian hipotesis sebagai jawaban sementara dari kerangka pikir tersebut.

Pada BAB III dalam metodologi penelitian mencakup adanya lokasi penelitian dimana penelitian akan dilaksanakan guna melihat kejelasan dari penelitian yang akan dilaksanakan, sesudah ada tempat maka diperlukan juga waktu yang menjadi patokan peneliti untuk menyelesaikan penelitian. Selanjutnya ditentukan populasi sebagai jumlah responden yang akan diteliti dan dibatasi dalam bentuk sampel sebagian dari populasi. Kemudian dicantumkan apa-apa saja alat dalam pengumpulan data yang dilakukan peneliti, sehingga jelas arah penelitian yang dilakukan. kemudian dilanjutkan pada pengujian datanya.

BAB IV berisi hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh dan pembahasan yang merupakan hasil analisis peneliti terhadap permasalahan yang telah dirumuskan.

BAB V merupakan penutup yang memuat kesimpulan saran-saran yang dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Menurut Richard L. Daft dalam buku *management* mengartikannya sebagai pilihan yang dibuat dari sejumlah alternatif yang ada. Sedangkan pengambilan keputusan adalah proses identifikasi permasalahan dan peluang. Kemudian menyelesaikannya. Pengambilan keputusan melibatkan usaha sebelum dan setelah pilihan aktualnya.¹¹

Sedangkan keputusan pembelian menurut Schiffman & Kanuk adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.¹²

Berdasarkan definisi dari para pakar di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

¹¹ Richard L. Daft, *Manajemen*, Diterjemahkandari “*Management*” Oleh Edward Tanujayadan ShirlyTiolina (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 401.

¹² Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm. 547.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses psikologi dasar ini memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen. Para konsumen melewati lima tahap, yaitu:¹³

1) Pengenalan Masalah

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

2) Pencarian Informasi

Konsumen yang terangsang akan mendorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level ini, orang hanya sekedar peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin mulai aktif mencari informasi, mencari bahan bacaan, menelpon teman dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu.

¹³Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm. 234.

3) Evaluasi Alternatif

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

4) Keputusan Pembelian

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

5) Perilaku Pasca Pembelian

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

2. Promosi

a. Pengertian Promosi

Pengertian promosi Menurut William J Stanto adalah:

Salah satu unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan”¹⁴

Sedangkan menurut Indriyo Gito Sudarmo, “promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut”¹⁵.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti menyimpulkan promosi adalah suatu bauran pemasaran yang digunakan untuk menginformasikan produk kepada konsumen yang tujuannya ialah untuk mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan konsumen agar mau membeli atau menggunakan barang perusahaan tersebut.

b. Strategi Promosi

Melalui aktivitas promosi, perusahaan dapat mengomunikasikan segala hal yang berkaitan dengan produk atau jasa yang ditawarkannya. promosi terdiri dari empat elemen utama yaitu:¹⁶

¹⁴ Danang Sunyoto, *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm.154

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 155

¹⁶ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Selemba Empat, 2000), hlm. 756-758.

1. Periklanan

Iklan merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan atau organisasi dalam mempromosikan produknya atau ide-idenya. Iklan adalah bentuk komunikasi tidak langsung, yang didasari pada informasi tentang keunggulan atau keuntungan suatu produk yang disusun sedemikian rupa sehingga menimbulkan rasa menyenangkan yang akan mengubah pikiran seseorang untuk melakukan pembelian.

2. Promosi penjualan

Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat di atur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu pada barang-barang yang tertentu pula.

3. Penjualan pribadi

Penjualan pribadi atau *personal selling* disini adalah merupakan komunikasi persuasif seseorang secara individual kepada seseorang atau lebih calon pembeli dengan maksud menimbulkan permintaan (penjualan). Dalam operasinya, *personal selling* lebih

fleksibel dibandingkan dengan yang lainnya. Ini disebabkan karena tenaga-tenagapenjual dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen, dan sekaligus dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.¹⁷

4. Publisitas (*publicity*)

Hubungan masyarakat (*publicrelation*) adalah komunikasi dan hubungan perusahaan dengan beragam jenis publiknya. Publik ini meliputi para pelanggan, pemasok, pemegang saham, karyawan, pemerintah, masyarakat umum, dan masyarakat di mana organisasi berkecimpung. Program hubungan masyarakat dapat bersifat formal maupun informal. Poin kritisnya adalah bahwa setiap organisasi, apakah mempunyai program yang terorganisasi secara formal maupun tidak, haruslah peduli dengan masyarakatnya.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau Negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat

¹⁷Herry Sutanto, *Manajemen Pemasaran Bank* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 375.

memerlukan pelayanan baik itu dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.¹⁸ setidaknya suatu pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pelayanan yaitu, bukti fisik (*tangiabel*), keandalan (*realibility*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), perhatian (*emphaty*).

a. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Pengertian *Responsiveness* menurut Nur Rianto Al Arif adalah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari nasabah harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan nasabah.¹⁹

Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif. Kegiatan melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dalam sebuah organisasi atau perusahaan tidak sekedar tentang kehandalan perusahaan, tapi lebih kepada bagaimana cara perusahaan menanggapi konsumen dalam bentuk apapun.

Yazid mendefinisikan *responsiveness* (daya tanggap) adalah kemauan untuk membantu para nasabah dan memberikan jasa dengan segera. Sejumlah organisasi memilih untuk berfokus kepada kecepatan

¹⁸ Sutisna, *Op. Cit.*, hlm.31

¹⁹Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung:Alfabeta, 2012), hlm. 197.

menanggapi kebutuhan konsumen. Mereka memberikan perhatian terhadap keinginan konsumen dengan menunjukkan kemauan untuk membantu melayani keinginan tersebut segera mungkin. Yang penting adalah standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan respon yang diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan dan kesegeraan dan bukannya di atas persepsi perusahaan.²⁰

Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya.
2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.

²⁰ Yazid, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Ekonosia, 2008), hlm.102.

4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
5. Membujuk orang yang dilayani Apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Sehingga daya tanggap dalam suatu perusahaan harus benar-benar diperhatikan sehingga konsumen merasa begitu dihargai oleh perusahaan karena apabila konsumen sudah merasa nyaman dengan suatu pelayanan maka harga pun tidak begitu dipermasalahkan.²¹

b. *Emphaty*

Definisi *Emphaty* dalam pemasaran adalah perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan kebutuhan pelanggannya.²² Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*Empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan. *Emphaty* membutuhkan adanya saling mengerti

²¹ Freddy Rangkuti. *Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hlm17-19.

²²*Ibid*, hlm. 16.

satu sama lain antara karyawan atau yang melayani dan yang dilayani atau konsumen agar tercipta suatu hubungan yang *balance* atau selaras dalam perusahaan tersebut.

Kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Setiap lapisan karyawan dari level manajemen atas (*top management*) sampai dengan level terbawah (staf) harus memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Setiap elemen pada perusahaan mempunyai kewajiban memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Setiap karyawan terutama *customer service* harus mampu memberikan pelayanan yang tulus kepada nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman dalam berinteraksi dengan perusahaan.

c. *Tangible* (berwujud)

Tangible adalah jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan berbagai materi komunikasi yang baik, menarik, dan terawat. Misalnya desain layout gedung pegadaian syariah yang modern dan tertata rapi mampu memberikan atau menampakan kualitas jasa yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu teknologi yang digunakan oleh pegadaian syariah menjadi pertimbangan nasabah dalam menentukan kualitas jasa yang dinikmati.

d. *Assurance* (kepastian)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.²³

4. Pembiayaan

Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak lain selain bank berdasarkan prinsip syariah. Penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan didasarkan pada kepercayaan yang diberikan oleh pemilik dana kepada pengguna dana.

Menurut Undang - Undang Perbankan Nomor 10 tahun 1998, pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.²⁴ Di dalam perbankan syariah, pembiayaan yang diberikan kepada pihak pengguna dana berdasarkan pada prinsip syariah. Aturan yang digunakan yaitu sesuai dengan hukum Islam.²⁵

a. Fungsi Pembiayaan

Pembiayaan mempunyai peranan yang sangat penting dalam perekonomian. Secara garis besar fungsi pembiayaan di dalam

²³ M. Nur Rianto Al Arif, *Op.cit*, hlm.198

²⁴ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: KENCANA,2011), hlm. 105-106.

²⁵ A.Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah* (Jakarta: Gramedia, 2012), hlm. 231.

perekonomian, perdagangan, dan keuangan dapat dijelaskan sebagai berikut:²⁶

1. Meningkatkan daya guna uang, para penabung menyimpan uangnya di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito. Uang tersebut dalam persentase tertentu ditingkatkan kegunaannya oleh bank guna suatu usaha peningkatan produktivitas.
2. Meningkatkan daya guna barang, produsen dengan bantuan pembiayaan dapat memindahkan barang dari suatu tempat yang kegunaannya kurang ke tempat yang lebih bermanfaat.
3. Meningkatkan peredaran uang, melalui pembiayaan peredaran uang kartal maupun giral akan lebih berkembang karena pembiayaan menciptakan suatu kegairahan berusaha sehingga pengguna uang akan bertambah baik kualitatif maupun secara kuantitatif.
4. Menimbulkan kegairahan berusaha, produsen yang membutuhkan pembiayaan akan dapat diatasi melalui bank sehingga setiap usaha untuk peningkatan produktivitas masyarakat tidak perlu khawatir kekurangan modal.
5. Stabilitas ekonomi, dalam ekonomi yang kurang sehat langkah-langkah stabilisasi pada dasarnya diarahkan pada usaha-usaha yang produktif.

²⁶ Veithzal rivai & Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 7-9.

6. Sebagai jembatan untuk meningkatkan pendapatan nasional, pembiayaan yang disalurkan untuk merangsang pertumbuhan kegiatan ekspor akan menghasilkan pertumbuhan devisa negara.
7. Sebagai alat hubungan ekonomi Internasional, lembaga pembiayaan tidak saja bergerak di dalam negeri, tetapi juga di luar negeri.

5. Pegadaian

a. Pengertian Gadai

Pegadaian merupakan lembaga keuangan yang menjalankan usaha dengan sistem gadai. Saat ini usaha pegadaian masih dimonopoli oleh pemerintah. Pegadaian memiliki ratusan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Pegadaian memiliki persamaan dalam hal penyaluran kredit dengan sistem gadai, persyaratan lebih ringan jika dibandingkan dengan bank.²⁷

Gadai merupakan suatu hak yang diperoleh kreditur atas barang yang bergerak yang dijadikan sebagai jaminan pelunasan atas utang. Adapun pegadaian merupakan *trademark* dari lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan kegiatan usaha dengan prinsip gadai.²⁸

Pegadaian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan gadai adalah:

²⁷Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm 86

²⁸M. Nur Rianto Al Arif, *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoretis Praktis* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), hlm. 276.

Suatu hak yang diperoleh seseorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berutang oleh seseorang yang lain atas namanya dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan daripada orang yang berpiutang lainnya, dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana yang harus didahulukan.²⁹

Sedangkan menurut Kasmir gadai merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.³⁰

Berdasarkan beberapa pengertian gadai di atas dapat peneliti simpulkan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh kreditur atas suatu barang bergerak orang yang berpiutang, sebagai jaminan atas pinjaman orang yang berpiutang.

b. Manfaat *Ar-Rahn* (Gadai)

Manfaat yang dapat diambil oleh bank dari prinsip *Ar-Rahn* adalah sebagai berikut :

- 1) Menjaga kemungkinan nasabah untuk lalai atau bermain-main
- 2) Menberikan keamanan bagi semua penabung dan pemegang deposito bahwa dananya tidak akan hilang begitu saja jika nasabah peminjam ingkar janji karena ada suatu asset atau barang (Marhun) yang dipegang oleh bank..

²⁹Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2009), hlm. 387.

³⁰Kasmir, *Pemasaran Bank, Op.Cit.*, hlm 227

- 3) Jika Rahn diterapkan dalam mekanisme penggadaian, sudah barang tentu akan sangat membantu saudara kita yang kesulitan dana, terutama di daerah-daerah.

Adapun manfaat yang langsung didapat bank adalah biaya-biaya konkret yang harus dibayar oleh nasabah untuk pemeliharaan dan keamanan aset tersebut. Jika penahanan aset berdasarkan *Fidusia* (penahanan barang bergerak sebagai jaminan pembayaran), nasabah juga harus membayar biaya asuransi yang besarnya sesuai dengan yang berlaku secara umum.

Keuntungan perusahaan pegadaian jika dibandingkan dengan lembaga keuangan bank atau lembaga keuangan lainnya adalah:³¹

- a. Waktu yang relatif singkat untuk memperoleh uang, yaitu pada hari itu juga, hal ini disebabkan prosedurnya yang tidak berbelit beli;
- b. Persyaratan yang sangat sederhana sehingga memudahkan konsumen untuk memenuhinya;
- c. Pihak pegadaian tidak memperlakukan uang tersebut digunakan untuk apa, jadi sesuai dengan kehendak nasabahnya.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk lebih memperkuat judul peneliti, maka peneliti membuat penelitian terdahulu, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian
----	---------------	----------------	------------------

³¹ Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 265.

1.	Tatik ernawati	Pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah (survey pada BTN Syariah cabang Surakarta) (skripsi: universitas muhammadiyah surakarta, 2015)	Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikan produk,pelayanan, promosi, bagi hasil, berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.
2.	Isnaen Nur Imam	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah Bank BPD DIY Syariah. (skripsi: UIN Sunan Kalijaga yogyakarta, 2016)	menunjukkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
3.	Ahmad Ulinuha	Pengaruh pelayanan dan citra pegadaian syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai pada pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang. (Skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2010)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan citra pegadaian syariah secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa layanan gadai di pegadaian syariah cabang Majapahit Semarang
4.	Ahmad Rifqi Damarjati	Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi keputusan Nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Gadai emas syariah (studi kasus pada BPD DIY syariah cabang CIK DI TIRO) (Skripsi: UIN Sunan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai taksiran, Faktor Promosi dan Faktor pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam

		Kalijaga Yogyakarta, 2014)	menggunakan produk pembiayaan gadai emas Syariah
5.	Mukhlis Adib	Faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk <i>Rahn</i> di kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat (Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor syariah, lokasi dan ujah memiliki pengaruh terhadap masyarakat dalam memilih produk rahn di kantor cabang Pegadaian Syariah Ciputat

Penelitian terdahulu dicantumkan untuk melihat dan sebagai gambaran umum setiap penelitian. Karena dapat bermanfaat untuk memperkuat teori. Perbedaan dan persamaan penelitian diatas dengan penelitian ini adalah:

1. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Tatik ernawati adalah variabel yang sama yaitu variabel promosi (X1) pelayanan (X2) dan keputusan nasabah (Y). Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah terletak pada subjek penelitian terdahulu Bank Syariah pada BTN Syariah cabang Surakarta.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh saudara Isnaen Nur Imam adalah terletak pada salah satu variabel Y nya yaitu sama-sama meneliti tentang Keputusan Nasabah. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini variabel X dan Subjek penelitian terdahulu nasabah Bank BPD DIY Syariah.

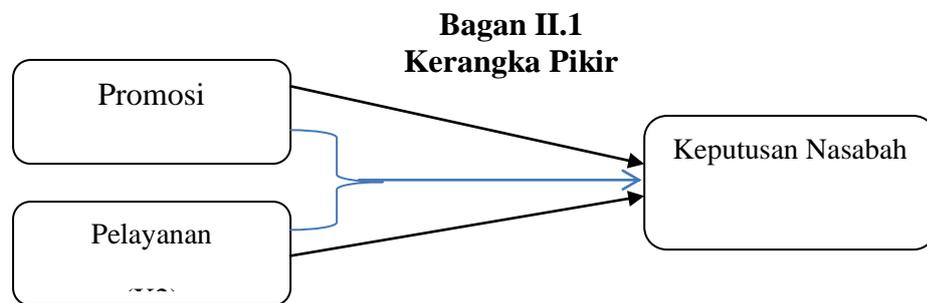
3. Persamaan penelitian ini dengan yang dilakukan oleh Ahmad Ulinuha adalah variabel yang sama yaitu variabel pelayanan (X2) dan keputusan nasabah (Y). Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini adalah terletak pada variabel (X1) Promosi dan subjek penelitian terdahulu nasabah pegadaian syariah cabang majapahit semarang.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh saudara Ahmad Rifqi Damarjati adalah terletak pada Faktor Promosi (X1), Faktor Pelayanan (X2) dan Keputusan Nasabah (Y). Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini variabel pada Subjek penelitian terdahulu nasabah pembiayaan Gadai DIY.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh saudara Mukhlis Adib adalah terletak pada variabel Y keputusan Nasabah. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian ini terletak pada variabel X dan Subjek penelitian terdahulu nasabah cabang Pegadaian Syariah Ciputat.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antara variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut karangan fikir yang logis.³² Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas, selanjutnya akan diuraikan kerangka pikir mengenai hubungan antara variabel dependen dan independen.

³²Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 75.

Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian cabang syariah alaman Bolak serta menjelaskan seberapa besar variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikat. Kerangka pikir dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan berikut:



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana, rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.³³

Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 64.

- Ho1 : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian Cabang syariah alaman Bolak.
- Ha1 : Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian Cabang syariah alaman Bolak.
- Ho2 : Tidak ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian Cabang syariah alaman Bolak.
- Ha2 : Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian Cabang syariah alaman Bolak.
- Ha3 : Terdapat pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih Pembiayaan Rahn pada PT. Pegadaian Cabang syariah alaman Bolak.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan. Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan September 2017 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.³⁴ Menurut Abdurrahmat Fathoni “penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya”.³⁵

Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai faktor Promosi dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *rahn*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diteliti”.³⁶ Kemudian menurut Sudarwan Danim “populasi adalah *universum*, dimana *universum* itu dapat berupa orang,

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

³⁵Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 60.

³⁶Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 96.

wilayah, atau benda yang ingin diketahui oleh peneliti”.³⁷ Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang memilih pembiayaan rahn di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak tahun 2019 dengan jumlah keseluruhan 3.304 nasabah.

2. Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro “sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi”.³⁸ Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto “sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”.³⁹ Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Ukuran pengambilan sampel yang saya gunakan pada penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

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

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

³⁷Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 173.

³⁸Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 122.

³⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

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

$$n = \frac{3.304}{1 + 3.304(0,1^2)}$$

$n = 97,06$ dibulatkan menjadi 97.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.⁴⁰ Menurut Sugiono “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.⁴¹

Dengan demikian angket merupakan pertanyaan-pertanyaan yang disusun secara sistematis dengan tujuan agar mudah memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban responden.

⁴⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm.136.

⁴¹ Sugiyono, *Op.Cit.*, hlm.134-135.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban responden. Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Ordinal. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

Tabel III.1
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner

Skor Sifat Pernyataan Positif	Skor Sifat Pernyataan Negatif	Kategori Jawaban
5	1	Sangat Setuju (SS)
4	2	Setuju (S)
3	3	Kurang Setuju (KS)
2	4	Tidak Setuju (TS)
1	5	Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada nasabah.

3. Studi Kepustakaan

Dalam studi pustaka, peneliti mencatat dan mengumpulkan data atau literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian

ini yang diperoleh dari buku, majalah, artikel serta laporan lain yang berhubungan dengan penelitian yang sedang diteliti.

E. Sumber Data

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

- a. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah pembiayaan *Rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Bambang Prasetyo : “Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data”.⁴² Sehingga data tersebut dapat memberikan suatu kesimpulan atau memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data. Maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah metode SPSS Versi 22. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

⁴²Bambang Prasetyo, *Op.Cit.*, hlm.184.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner yang dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.⁴³ Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan.⁴⁴ Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Jika ditemukan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item tersebut dikatakan valid.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.⁴⁵ Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,60.

⁴³Husein Umar, *Op. Cit*, hlm. 51.

⁴⁴Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 172.

⁴⁵*Ibid.*, hlm. 175.

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku atau generalisasi.⁴⁶

3. Asumsi Dasar

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi lebih besar dari 10 persen atau 0,1.⁴⁷

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

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

b) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian linearitas melalui SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (*Deviation for*

⁴⁶Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpadu* (Yogyakarta: ANDI, 2014), hlm.30.

⁴⁷Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 28.

Linearity) > 0,1.⁴⁸ Uji linearitas merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi jika hendak melakukan perhitungan regresi linear sederhana atau berganda antara variabel yang diteliti.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Multikolinearitas dapat dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.⁴⁹

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Ada beberapa metode yang bisa digunakan diantaranya yaitu uji park, uji glesjer, melihat pada pola grafik regresi dan metode korelasi spearman's rho. Pada penelitian ini peneliti menggunakan korelasi spearman's rho, Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual

⁴⁸Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 36.

⁴⁹Duwi Priyanto, *Op, Cit.*, hlm. 79.

terdapat signifikansi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa tidak ditemukannya masalah heterokedastisitas.⁵⁰

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan oleh peneliti, untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas yaitu Promosi (X_1), Pelayanan (X_2), dan keputusan nasabah (Y). analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:⁵¹

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

Atau

$$KN = a + b_1PR + b_2P + e$$

Keterangan:

KN = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi Linear Berganda

PR = Promosi

P = Pelayanan

e = *error*

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

⁵⁰*Ibid.*, hlm. 108.

⁵¹Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 277.

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,1. Setelah t_{hitung} diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya beralaku ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.

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

Artinya masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel terikat.⁵²

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama- sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.

- a. Jika $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,1$).

Artinya terdapat pengaruh antara Promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

⁵²Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 144.

- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,1$).

Artinya tidak terdapat pengaruh antara Promosi dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.⁵³

⁵³*Ibid.*, hlm. 157.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A . Gambaran Umum

1. Sejarah berdirinya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Pegadaian merupakan sebuah lembaga BUMN yang bergerak dalam bidang jasa perkreditan atas dasar hukum gadai. Menurut sejarah berdirinya , pegadian 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 mencegah ijon , rentenir dan pinjam tidak wajar lainnya. Untuk mensejahterahkan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional . Pada tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan berdiri dan mulai membuka unitnya di Sadabuan , Sapirook , dan Sibuhuan . Tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat , mudah dan aman .

Bermula hadir kebijakan jajaran direksi pegadaian , bahwa akan memudahkan masyarakat untuk membuka transaksi pada kantor pegadaian . Maka pada tahun 2005 mulai mulai merintis membuka pagadaian syariah

di Padangsidempuan sehingga tepat pada tahun 2005 diresmikan pembukaan cabang pegadaian syariah yang tepatnya di Jl.Sermalian Kosong No.24 di depan SPBU.

Setelah membuka cabang pegadaian syariah banyak masyarakat yang berterimakasih kepada pegadaian syariah karena dengan adanya pagadaian syariah ini para ekonomi kecil dan menengah sangat mudah mendapatkan modal usaha dilembaga ini , sehingga pegadaian syariah Padangsidempuan saat ini masih terus berjalan dengan sukses .

2. Visi dan misi PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

a. Visi Pegadaian Syariah

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

b. Misi Pegadaian Syariah

Untuk mencapai visi Pegadaian syariah , maka yang menjadi misi pegadaian syariah , yaitu :

1. Memberikan pembiayaan yang tepat , termudah , aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
2. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberi kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri untuk menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.

3. Membantu pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan

3. Slogan PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Untuk menambah semangat kerja karyawannya,perum pegadaian syariah memiliki slogan yang di pegang teguh yaitu : “Mengatasi Masalah tanpa Masalah” . Slogan ini mencermikan ciri utama pelayanan pegadaian syariah , yaitu :

- a.Mengatasi masalah keuangan dan kebutuhan dana dalam pelayanan dan waktu yang relatif singkat .
- b.Tidak menuntut persyaratan administrasi yang menyulitkan.

Slogan hanya digunakan untuk keperluan bersifat promosi seperti yang dalam media iklan , brosur , dan lain lain . Selain itu , slogan tidak digunakan dalam keperluan resmi atau dinas seperti surat, kartu nama , amplop dinas, dan sebagainya.

4. Tujuan dan Budaya PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

a. Tujuan

Sifat usaha pada prinsipnya menyediakan pelayanan bagi kemanfaatan umum , dan sekaligus menumpuk keuntungan berdasarkan prinsip pengelola. Oleh karena itu, pegadaian memiliki tujuan sebagai berikut :

- 1) Turut melaksanakan dan menunjang pelaksanaan dan kebijaksanaan dan program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya melalui penyaluran uang pinjaman dari pembiayaan atas dasar hukum gadai.
- 2) Untuk mengatasi agar masyarakat yang sedang membutuhkan uang tidak jatuh ke tangan para pelepas uang atau tukang ijon atau tentenir yang bunganya relatif tinggi.
- 3) Mencegah praktek pegadaian gelap dan pinjaman yang tidak wajar.

b. Budaya

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan , maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus di pelajari, dipahami, dihayati, dan dilaksanakan setelah seluruh insan pegadaian yaitu INTAN yang terdiri dari :

- 1) Inovatif
 - a) Berinisiatif, kreatif, profuktif, dan adaktif
 - b) Berorientasi pada solusi bisnis
- 2) Nilai moral tinggi
 - a) Taat beribadah
 - b) Jujur dan berfikir positif
- 3) Terampil
 - a) Kompeten dibidang tugasnya
 - b) Selalu mengembangkan diri
- 4) Adil Layanan

a)Peka dan cepat tanggap

b)Empati, santun, dan ramah

5)Nuansa citra

a)Bangga sebagai insan pegadaian

b)Bertanggung jawab atas aset dan reputasi perusahaan

5. Produk-produk unggulan PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

a. Gadai Syariah (*Ar-rahn*)

Gadai syariah adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis memuhi kebutuhan dana dalam sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan emas, perhiasan berlian, cepat prosesnya dan aman penyimpanannya.

b. Arrum

Arrum (untuk usaha mikro) adalah pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro/kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembangan secara angsuran, menggunakan jaminan emas, berlian, BPKB kendaraan bermotor.

c. Mulia

Logam mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia disamping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan investasi yang nilainya stabil, liquid, dan aman secara riil. MULIA (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh pegadaian kepada masyarakat secara tunai dengan

pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Akad Mulia menggunakan akan Murabahah dan Rahn.

d. Amanah

Amanah adalah produk pegadaian syariah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor . Produk ini menerapkan sistem syariah dengan akad murabahah , yaitu pemberian pinjaman. Para pegawai tetap atau instansi atau perusahaan tertentu dapat memanfaatkan produk ini dengan cara memberikan besarnya penghasilan. Pola perikatan jaminan sistem fidusia atau objek surat kuasa pemotongan gaji amanah tersebut.

e. Multi Pembayaran Online (MPO)

Layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan seperti listrik, telepon , PDAM , dan lain sebagainya secara online di outlet pegadaian diseluruh Indonesia . Merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa memiliki rekening di bank.

f. Kredit Angsuran Fidusia (KREASI)

kredit untuk usaha mikro dan kecil dengan jaminan emas dan berlian dengan berjangka waktu sampai 3 tahun angsuran tetap setiap bulan .

g. Tabungan Emas

Tabungan Emas Pegadaian adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk Tabungan

Emas Pegadaian memungkinkan nasabah melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya.

B. Analisis Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk dapat melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} (r_{tabel} terlampir) dengan taraf signifikansi 10% atau 0,1 dan derajat kebebasan (df) = $n - 2$, dimana n = jumlah sampel, jadi $df = 97 - 2$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,168. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Promosi

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PR1	0,806	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 95$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$	Valid
PR2	0,710		Valid
PR3	0,573		Valid
PR4	0,623		Valid
PR5	0,620		Valid
PR6	0,758		Valid
PR7	0,641		Valid
PR8	0,618		Valid

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

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang melebihi dari r_{tabel} 0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Pelayanan

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
PL1	0,664	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 95$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$.	Valid
PL2	0,573		Valid
PL3	0,615		Valid
PL4	0,584		Valid
PL5	0,660		Valid
PL6	0,684		Valid
PL7	0,588		Valid
PL8	0,692		Valid
PL9	0,691		Valid

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

Dari tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang melebihi dari r_{tabel} 0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Keputusan Nasabah

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP1	0,540	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df= 95$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,168$.	Valid
KP2	0,578		Valid
KP3	0,538		Valid
KP4	0,507		Valid
KP5	0,597		Valid
KP6	0,699		Valid
KP7	0,619		Valid
KP8	0,545		Valid
KP9	0,660		Valid

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

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa nilai *Total Correlation* masing-masing item pernyataan menunjukkan angka yang

melebihi dari r_{tabel} 0,168. Hal tersebut berarti masing-masing item pernyataan dapat dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka dapat dikatakan reliabel. Nilai reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.4
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Promosi	,821	8
Pelayanan	,815	9
Keputusan Nasabah	,760	9

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

Dilihat dari tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel Promosi $0,821 > 0,60$. Dengan demikian variabel promosi dapat dikatakan reliabel. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel pelayanan $0,815 > 0,60$. Dengan demikian variabel pelayanan dapat dikatakan reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan nasabah $0,760 > 0,60$. Dengan demikian variabel keputusan nasabah dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan proses pengolahan data untuk mendiskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, *mean*, *minimum*,

maximum dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	97	19	40	33,06	3,369
Pelayanan	97	30	45	37,42	3,181
Keputusan	97	31	45	36,99	2,801
Valid N (listwise)	97				

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

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel promosi dengan jumlah data (N) sebanyak 97 mempunyai nilai *mean* sebesar 33,06 dengan nilai minimum 19 dan nilai maksimum 40 serta standar deviasinya sebesar 3,369. Variabel Pelayanan dengan jumlah data (N) sebanyak 97 mempunyai nilai *mean* sebesar 37,42 dengan nilai minimum 30 dan nilai maksimum 45 serta standar deviasinya sebesar 3,181. Variabel keputusan nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 97 mempunyai nilai *mean* sebesar 36,99 dengan nilai minimum 31 dan nilai maksimum 45 serta standar deviasinya sebesar 2,801.

4. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Untuk menentukan suatu data dapat dikatakan normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Jika signifikannya $> 0,1$ maka variabel berdistribusi normal, sebaliknya jika signifikannya $< 0,1$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

Tabel IV.6
Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,95931351
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,050
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas terlihat nilai Sig. adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji Komogorov-Smirnov.

5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang

linier bila signifikansi (*Deviation for Linearity*) > 0,1. Hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.7
Hasil uji Linearitas Promosi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Between (Combined)	365,203	14	26,086	5,516	,000
Promosi Groups Linearity	320,618	1	320,618	67,797	,000
Deviation from Linearity	44,585	13	3,430	,725	,734
Within Groups	387,787	82	4,729		
Total	752,990	96			

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

Berdasarkan tabel 4.7 di atas nilai signifikansi *Deviation For Linearity* adalah sebesar 0,734 pada taraf signifikansi 0,1. Karena *Deviation For Linearity* lebih dari 0,1, maka terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Promosi dengan variabel keputusan nasabah.

Tabel IV.8
Hasil uji Linearitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Between (Combined)	371,655	13	28,589	6,223	,000
Pelayanan Groups Linearity	338,400	1	338,400	73,655	,000

Deviation from Linearity	33,255	12	2,771	,603	,834
Within Groups	381,335	83	4,594		
Total	752,990	96			

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

Berdasarkan tabel 4.8 diatas nilai signifikansi *Deviation For Linearity* adalah sebesar 0,340 pada taraf signifikansi 0,1. Karena *Deviation For Linearity* lebih dari 0,1, maka terdapat hubungan linier secara signifikan antara variable Pelayanan dengan variabel keputusan nasabah.

6. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas antara lain dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, apabila nilai *VIF* kurang dari 10 dan *tolerance* lebih 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel IV. 9

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,522	2,419		5,589	,000		

Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001	,488	2,050
Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000	,488	2,050

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

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel promosi (x1) adalah $0,488 > 0,1$, variabel Pelayanan (x2) adalah $0,488 > 0,1$. Dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel Promosi(X1) adalah $2,050 < 10$, variabel Pelayanan (X2) adalah $2,050 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

2. Heteroskedastisitas

Tabel IV.10
Hasil uji Heterokosdastisitas

			Promosi (X1)	Pelayanan (X2)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Promosi(X1)	Correlation Coefficient	1,000	,701**	,008
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,935
		N	97	97	97
	Pelayanan(X2)	Correlation Coefficient	,701**	1,000	,030
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,773
		N	97	97	97

Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,008	,030	1,000
	Sig. (2-tailed)	,935	,773	.
	N	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat variable promosi (X1) dengan menggunakan korelasi Serman's rho adalah 0,935 > dari 0,1, Variabel Pelayanan (X2) sebesar 0,773 > 0,1. Dapat disimpulkan nilai dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 sehingga tidak terjadi Heteroskedastisitas.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

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

Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel bebas sebagai berikut:

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

Tabel IV.11
Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	13,522	2,419		5,589	,000
	Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001
	Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000

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

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

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$KN = a + b_1PR + b_2PL + e$$

$$KN = 13,522 + 0,294PR + 0,367PL + e$$

Keterangan:

KN : Keputusan Nasabah

a : Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi Linear Berganda

PR : Promosi

PL : Pelayanan

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 13,522, artinya jika Promosi (X_1) dan Pelayanan (X_2) nilainya adalah 0, maka keputusan nasabah (Y) nilainya 13,522.
- b. Nilai koefisien regresi variabel promosi (b_1) bernilai positif sebesar 0,294, artinya bahwa setiap promosi sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,294 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan nasabah, semakin naik promosi maka semakin meningkat keputusan nasabah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (b_2) bernilai positif sebesar 0,367, artinya bahwa setiap pelayanan sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,367 satuan dengan asumsi variabel bebas lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan dengan keputusan nasabah, semakin naik pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah.

8. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian.

Tabel IV.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 ^a	,511	,500	1,980

a. Predictors: (Constant), Pelayanan(X2), Promosi(X1)

b. Dependent Variable: Keputusan(Y)

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

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,511. Hal ini menunjukkan bahwa persentase variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 51,1% sedangkan sisanya 48,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen (Promosi dan Pelayanan) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan nasabah). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan jika nilai $Sig < 0,1$ maka H_a diterima. Adapun hasil analisis regresi *output* sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,522	2,419		5,589	,000
	Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001
	Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

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

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen, jadi $df = 97 - 2 - 1 = 94$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel promosi memiliki t_{hitung} sebesar 3,427 t_{tabel}

sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,427 > 1,661$). Selanjutnya, berdasarkan nilai Sig. Variabel promosi memiliki nilai Sig. sebesar 0,001 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,001 < 0,1$) maka H_{a1} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

Pada variabel pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 4,035 t_{tabel} sebesar 1,661 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,035 > 1,661$). Selanjutnya, berdasarkan nilai Sig. Variabel pelayanan memiliki nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a2} diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

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

Tabel IV.14
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384,454	2	192,227	49,030	,000 ^b
	Residual	368,535	94	3,921		
	Total	752,990	96			

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan(X2), Promosi(X1)
 Sumber: Hasil *output* SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil *uji* Signifikansi diatas dapat bahwa nilai F_{hitung} adalah 49,030 sedangkan F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan df_1 (jumlah variabel - 1) = 2 dan df_2 (n-k-1) atau $97-2-1 = 94$ (n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel independent), hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,36 Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,030 > 2,36$) maka H_{a3} diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a3} diterima Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian cabang syariah alaman bolak. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 menunjukkan hasil dari koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,511 atau 51,1%.

Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel Promosi dan Pelayanan terhadap variabel keputusan nasabah 51,1% atau dengan kata lain variasi variabel bebas yang digunakan dalam model promosi dan pelayanan mampu menjelaskan sebesar 51,1% variasi terikat keputusan nasabah, 48,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti.

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

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

2. Pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah

Hasil regresi promosi menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 0,294. Hal ini berarti promosi memiliki hubungan positif terhadap keputusan nasabah, dimana apabila setiap peningkatan promosi ditambah 1 satuan maka peningkatan keputusan nasabah adalah sebesar 0,294 satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,1 maka t_{hitung} sebesar 3,427. Hal ini berarti promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,427 > 1,661$).

Hal ini sejalan dengan teori menurut Indriyo Gito Sudarmo bahwa “promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk”. Oleh karena itu apabila promosi dilakukan dengan baik maka masyarakat atau nasabah akan semakin mengenal produk pembiayaan rahn atau produk lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ahmad Rifqi Damarjati (2014) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang mempengaruhi keputusan Nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Gadai emas syariah. Yang menyatakan bahwa Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas Syariah.

3. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah

Hasil regresi pelayanan menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari hasil koefisien sebesar 0,367. Hal ini berarti pelayanan nilai memiliki hubungan positif terhadap keputusan nasabah, di mana apabila setiap peningkatan pelayanan sebesar 1 satuan maka peningkatan keputusan nasabah adalah sebesar 0,367 satuan. Adapun dengan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 0,1 maka t_{hitung} sebesar 4,035. Hal ini berarti pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah, yang terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,035 > 1,661$).

4. Pengaruh promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah

Secara simultan variabel promosi dan pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,030 > 2,36$) dan nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$)

maka H_{a3} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Tatik ernawati (2015) yang berjudul Pengaruh produk, pelayanan, promosi, lokasi, dan bagi hasil terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah Yang menyatakan pelayanan, promosi, bagi hasil, berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. menunjukkan bahwa variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

D. Keterbatasan Penelitian

Semua rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk memperoleh hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner (angket) peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Selain itu, peneliti memiliki keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah 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. Walaupun demikian, peneliti

berusaha sekuat tenaga 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 pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial, Promosi memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,427 > 1,661$) atau H_{a1} diterima., artinya ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan nasabah. Promosi merupakan salah satu bentuk promosi yang paling banyak digunakan perusahaan dalam mempromosikan produknya atau ide-idenya. Semakin baik strategi promosi yang dilakukan maka semakin menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan.
2. Secara parsial, Pelayanan memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,035 > 1,661$) atau H_{a2} diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan terhadap keputusan nasabah. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa.

3. Secara simultan atau bersama-sama antara promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari uji simultan (uji F) $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,030 > 2,36$) maka dapat disimpulkan H_{a3} diterima, artinya secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dan pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi dan pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Maka pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak harus lebih meningkatkan promosi dan pelayanan Sehingga pada akhirnya, hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan keputusan nasabah dalam menggunakan pembiayaan *rahn* pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak.
2. Bagi peneliti, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih belum sempurna karena keterbatasan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti berharap akan adanya penelitian lanjutan atau sebagai bahan rekomendasi untuk peneliti berikutnya, yang dapat meningkatkan jumlah nasabah pembiayaan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Wangsawidjaja Z, *Pembiayaan Bank Syariah*, Jakarta: Gramedia, 2012.
- Abdul Rivai dan Darsono Prawironegoro, *Manajemen Strategis:Kajian Keputusan Manajerial Bisnis Berdasar Perubahan Lingkungan Bisnis, Ekonomi, Sosial, dan Politik*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Departemen Agama, *Quran Tajwid dan Terjemahannya*, Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2006.
- Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpadu*, Yogyakarta: ANDI, 2014.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Herry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: KENCANA, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT.Indeks, 2004.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad Amin Suma, *Tafsir Ayat Ekonomi: Teks, Terjemah, dan Tafsir*, Jakarta: Amzah, 2015.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Mozer Kahf, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.

Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV YRAMA WIDYA, 2011.

Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

_____, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2009.

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2009.

Richard L Daft, *Manajemen, Diterjemahkan dari "Management"* oleh Edward Tanujaya dan Shirly Tioliana, Jakarta: Salemba Empat, 2003.

Simamora, Henry, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

_____, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Veithzal rivai & Andria Permata Veithzal, *Islamic Financial Management: Teori, Konsep dan Aplikasi Panduan Praktis Untuk Lembaga Keuangan, Nasabah, Praktisi, dan Mahasiswa*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

<https://www.bank SUMUT.com>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Riki Anggara Batubara
Jenis kelamin : Laki-laki
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 27 Juli 1995
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat lengkap : Jl. Merdeka Kmp. Bukit Gg. Tarbiyah No.76

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Darwis Batubara
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Rohimanur Nasution
Pekerjaan : Wiraswasta

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2003-2008 : SD Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2009-2011 : SMP Negeri 3 Padangsidempuan
Tahun 2012-2014 : SMA Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2014 : IAIN Padangsidempuan

LEMBAR KUESIONER

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PEMBIAYAAN *RAHN* PADA PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK

1. Karakteristik Responden

Kami memohon kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) pada kotak yang tersedia.

Nama :

Alamat :

2. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah dengan seksama setiap pertanyaan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban:

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban saudara/saudari dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

A. Angket Promosi (X₁)

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		S	SS	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik melihat iklan Produk Pembiayaan <i>Rahn</i> Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak					
2.	Saya tidak tertarik melihat iklan produk Pembiayaan <i>Rahn</i> Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak					
3.	Produk pembiayaan <i>Rahn</i> memiliki proses dan syarat yang mudah					
4.	Produk pembiayaan <i>Rahn</i> dapat mencukupi kebutuhan sehari-hari					
5.	Saya mendapatkan informasi pembiayaan <i>Rahn</i> melalui radio					
6.	Saya kurang mengerti tentang brosur pembiayaan <i>Rahn</i>					
7.	Saya memahami informasi yang disampaikan pihak Pegadaian tentang produk Pembiayaan <i>Rahn</i>					
8.	Saya tidak memahami informasi yang disampaikan pihak pegadaian tentang produk Pembiayaan <i>Rahn</i>					

B. Angket Pelayanan (X₂)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		S	SS	KS	TS	STS
1.	Karyawan di pegadaian ramah tamah					
2.	Karyawan melayani nasabah dengan cepat dan tepat					
3.	Saya melihat karyawan memberikan pelayanan yang prima					
4.	Karyawan menjaga hubungan baik dengan nasabah					

5.	Karyawan pegadaian sangat menjaga rahasia Pegadaian Syariah tersebut					
6.	Karyawan pegadaian tidak menjaga rahasia pegadaian syariah tersebut					
7.	Karyawan mengerjakan tugasnya sesuai bidangnya					
8.	Karyawan tidak mengerjakan tugasnya sesuai bidangnya					
9.	Karyawan selalu memberikan penjelasan mengenai <i>Rahn</i> dengan jelas dan akurat					

C. Angket Keputusan Nasabah (Y)

No	PERNYATAAN	PERTANYAAN				
		S	SS	KS	TS	STS
1.	Saya tertarik menggunakan produk pembiayaan <i>Rahn</i> Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak atas Rekomendasi orang lain					
2.	Saya mencari informasi lebih lanjut tentang produk pembiayaan <i>Rahn</i> Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak					
3.	Saya berusaha membandingkan produk Pembiayaan <i>Rahn</i> Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak dengan Pegadaian Syariah lainnya					
4.	Pembiayaan <i>Rahn</i> menjadi alternatif pilihan saya dalam pembiayaan					
5.	Saya memilih pembiayaan <i>Rahn</i> karena produknya berkualitas					
6.	Saya memilih pembiayaan <i>Rahn</i> karena pembiayaan <i>Rahn</i> dapat memenuhi kebutuhan saya					
7.	Pembiayaan <i>Rahn</i> tidak dapat memenuhi kebutuhan saya					

8.	Saya merekomendasikan pembiayaan <i>Rahn</i> kepada orang lain					
9.	Saya tidak puas terhadap produk pembiayaan <i>Rahn</i> yang saya pilih					

4	4	5	5	5	5	4	3	35
4	4	4	3	3	5	5	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	4	4	4	4	4	4	30
5	4	4	4	5	4	3	4	33
5	5	4	5	5	5	3	4	36
4	5	4	4	4	3	3	4	31
3	3	4	3	4	3	3	4	27
4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	2	3	3	3	2	2	2	19
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	4	3	3	3	25
4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	5	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	4	4	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	5	5	4	4	36
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	4	4	3	3	4	27
3	4	4	3	4	4	3	4	29
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	4	4	4	4	5	4	35
3	3	4	4	4	3	3	4	28
5	4	4	4	4	5	5	5	36
4	4	4	3	4	5	5	5	34
5	5	4	4	4	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	3	3	3	3	4	30
5	5	5	4	4	3	3	4	33
4	5	5	5	5	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	4	4	38
5	5	4	5	5	4	4	5	37
3	4	4	3	4	3	3	4	28

4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	5	3	5	4	3	4	32
4	5	4	4	4	5	3	4	33
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	4	5	5	5	3	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	4	4	3	4	3	33
4	4	5	5	4	5	3	5	35
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	5	5	4	34
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	4	4	5	4	4	5	34
3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	5	2	4	5	5	4	35
3	4	4	4	4	3	3	4	29

PELAYANAN (X2)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	JUMLAH
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	5	4	5	4	5	5	41
5	2	3	4	5	5	4	4	4	36
5	4	5	3	5	5	5	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
5	5	4	4	3	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	4	3	4	4	4	5	4	3	35
4	4	3	4	3	3	5	4	3	33
4	4	4	4	4	5	5	4	5	39
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
4	4	5	5	4	5	4	5	5	41
4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
5	5	4	4	4	5	5	4	5	41
4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
4	5	4	4	4	5	4	5	5	40
4	5	5	4	4	4	4	4	4	38
4	5	4	4	4	5	5	4	3	38
5	5	3	5	5	5	5	5	5	43
5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	5	5	4	5	4	41
5	3	5	2	4	4	4	4	4	35
4	4	3	4	4	4	4	4	3	34

5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	3	5	4	5	4	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	3	4	3	5	4	4	34
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
4	5	4	5	4	4	4	5	4	39
4	4	4	4	3	4	3	3	3	32
4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	5	5	5	4	4	4	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
4	3	4	4	4	5	4	4	4	36
5	4	5	3	5	5	4	4	4	39
4	5	4	3	5	4	4	4	4	37
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	4	4	5	5	5	4	4	41
5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
5	5	4	5	4	5	4	4	4	40
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38

5	5	4	5	4	4	3	4	4	38
5	3	5	4	3	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
5	5	4	4	5	5	5	4	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	4	4	5	4	39
4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	3	4	5	5	5	4	39
4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

KEPUTUSAN (Y)									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	JUMLAH
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	5	4	4	5	4	4	39
5	3	4	3	5	4	3	3	5	35
4	4	4	5	4	5	4	4	5	39
4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
4	4	5	5	4	4	4	4	4	38
4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
4	4	3	4	3	3	4	4	3	32
4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
4	5	4	4	4	5	5	4	4	39
4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
5	4	4	5	5	4	4	4	5	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
4	4	3	4	4	5	5	4	4	37
4	4	5	5	3	3	4	4	4	36
4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
4	3	4	5	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
4	4	4	4	5	3	3	3	4	34
4	4	4	4	4	4	5	4	5	38

5	5	5	4	5	3	4	5	5	41
4	4	3	5	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	3	5	5	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	4	5	4	5	5	5	4	41
4	4	3	4	4	4	5	5	4	37
5	5	4	4	4	5	5	4	4	40
4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	4	5	38
4	4	4	4	3	2	4	4	3	32
4	5	5	4	4	3	3	4	4	36
4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
4	5	5	5	4	5	5	5	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
4	4	3	4	5	4	4	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
4	4	4	5	3	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	3	4	4	5	36
4	4	4	3	4	4	5	4	4	36
4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
4	4	4	3	4	5	4	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
4	4	5	4	4	4	5	5	4	39

5	4	4	5	4	4	5	3	4	38
4	5	4	5	3	4	4	5	3	37
4	4	4	5	4	3	3	4	4	35
4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
4	4	4	4	5	5	5	5	5	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	5	4	4	3	4	4	36
4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	5	5	4	5	5	40
5	3	4	4	5	5	5	4	4	39
4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	5	5	5	5	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	4	35

PR8	Pearson Correlation	,376**	,277**	,135	,232*	,332**	,464**	,449**	1	,618**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,188	,022	,001	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTALPR	Pearson Correlation	,806**	,710**	,573**	,623**	,620**	,758**	,641**	,618**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

PL8	Pearson Correlation	,339**	,288**	,340**	,381**	,418**	,346**	,456**	1	,450**	,692**
	Sig. (2-tailed)	,001	,004	,001	,000	,000	,001	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
PL9	Pearson Correlation	,414**	,245*	,384**	,264**	,431**	,407**	,398**	,450**	1	,691**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015	,000	,009	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTALPL	Pearson Correlation	,664**	,573**	,615**	,584**	,660**	,684**	,588**	,692**	,691**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

KP8	Pearson Correlation	,081	,291**	,231*	,095	,230*	,351**	,365**	1	,241*	,545**
	Sig. (2-tailed)	,428	,004	,023	,355	,024	,000	,000		,017	,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
KP9	Pearson Correlation	,309**	,205*	,269**	,177	,643**	,430**	,226*	,241*	1	,660**
	Sig. (2-tailed)	,002	,044	,008	,083	,000	,000	,026	,017		,000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTALKP	Pearson Correlation	,540**	,578**	,538**	,507**	,597**	,699**	,619**	,545**	,660**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,821	8

Lampiran 9 : Hasil Uji Reliabilitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,815	9

Lampiran 10 : Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,760	9

Lampiran 11 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	97	19	40	33,06	3,369
Pelayanan	97	30	45	37,42	3,181
Keputusan	97	31	45	36,99	2,801
Valid N (listwise)	97				

Lampiran 12 : Hasil Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,95931351
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,065
	Negative	-,050
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Lampiran 13 : Hasil Uji Linieritas Promosi terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Promosi	365,203	14	26,086	5,516	,000
Between Groups	320,618	1	320,618	67,797	,000
Linearity					
Deviation from Linearity	44,585	13	3,430	,725	,734
Within Groups	387,787	82	4,729		
Total	752,990	96			

Lampiran 14 : Hasil Uji Linieritas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan * Between (Combined)	371,655	13	28,589	6,223	,000
Pelayanan Groups	338,400	1	338,400	73,655	,000
Linearity					
Deviation from Linearity	33,255	12	2,771	,603	,834
Within Groups	381,335	83	4,594		
Total	752,990	96			

Lampiran 15 : Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity	
		B	Std. Error	Coefficients			Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,522	2,419		5,589	,000		
	Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001	,488	2,050
	Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000	,488	2,050

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

Lampiran 16 : Hasil Uji Heterokodestisitas

			Correlations		
			Promosi (X1)	Pelayanan (X2)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Promosi(X1)	Correlation Coefficient	1,000	,701**	,008
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,935
		N	97	97	97
	Pelayanan(X2)	Correlation Coefficient	,701**	1,000	,030
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,773
		N	97	97	97
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,008	,030	1,000
		Sig. (2-tailed)	,935	,773	.
		N	97	97	97

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

Lampiran 17 : Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,522	2,419		5,589	,000
Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001
Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

Lampiran 18 : Hasil Uji koefisien determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,715 ^a	,511	,500	1,980

a. Predictors: (Constant), Pelayanan(X2), Promosi(X1)

b. Dependent Variable: Keputusan(Y)

Lampiran 19 : Hasil Uji Parsial (uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,522	2,419		5,589	,000
Promosi(X1)	,294	,086	,354	3,427	,001
Pelayanan(X2)	,367	,091	,417	4,035	,000

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

Lampiran 20 : Hasil Uji Simultan (uji-F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384,454	2	192,227	49,030	,000 ^b
	Residual	368,535	94	3,921		
	Total	752,990	96			

a. Dependent Variable: Keputusan(Y)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan(X2), Promosi(X1)

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 22

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
92	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
93	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
94	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
95	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56
96	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.59	1.58	1.56
97	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.67	1.64	1.61	1.59	1.58	1.56
98	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
99	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.70	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
100	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
101	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.64	1.61	1.59	1.57	1.56
102	2.76	2.36	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.56
103	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
104	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.78	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
105	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
106	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
107	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
108	2.75	2.35	2.14	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
109	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
110	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.59	1.57	1.55
111	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
112	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.61	1.58	1.57	1.55
113	2.75	2.35	2.13	2.00	1.90	1.83	1.77	1.73	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.57	1.55
114	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.66	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
115	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
116	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
117	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.83	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
118	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.69	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
119	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
120	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.63	1.60	1.58	1.56	1.55
121	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
122	2.75	2.35	2.13	1.99	1.90	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
123	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
124	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
125	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
126	2.75	2.35	2.13	1.99	1.89	1.82	1.77	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
127	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
128	2.75	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
129	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
130	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
131	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
132	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.58	1.56	1.54
133	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
134	2.74	2.34	2.13	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54
135	2.74	2.34	2.12	1.99	1.89	1.82	1.76	1.72	1.68	1.65	1.62	1.60	1.57	1.56	1.54

Lampiran 23

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

