

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN JASA LAYANAN GADAI PADA PT. PEGADAIAN CABANG UPS DARUSSALAM BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**Hilyatul Aulia
NIM. 160603201**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021M/1442H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Hilyatul Aulia

NIM : 160603201

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 10 Juli 2021

Yang Menyatakan,




Hilyatul Aulia

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian Cabang Ups Darussalam Banda Aceh

Disusun Oleh :

Hilyatul Aulia
NIM: 160603201

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,



Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

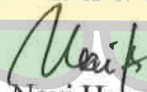
Pembimbing II,



Dara Amanatillah, M.Sc. Finn
NIDN. 2022028705

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah,



Dr. Nevi Hasnita, M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadaai Pada PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh

Hilyatul Aulia
NIM :160603201

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan
Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 19 Agustus 2021

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

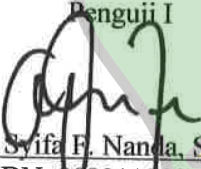
Ketua


Dr. Hafas Furgani, M.Ec, M.Sc. Finn
NIP. 198006252009011009

Sekretaris


Dara Amahatillah, M.Sc.Finn
NIDN. 2022028705

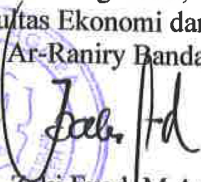
Penguji I


T. Syifa F. Nanda, SE.,Ak.,M. Acc
NIDN. 2022118501

Penguji II


Jalilah, S. HI.,M. Ag
NIDN. 2008068803

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Zaki Fuad, M.Ag.

NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Hilyatul Aulia

NIM : 160603201

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 160603201@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☒ Tugas Akhir 7 ☐ KKU ☐ Skripsi☐....

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadaai Pada PT. Pegadaian Cabang Ups Darussalam Banda Aceh

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain

☐ secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Banda Aceh

Pada Tanggal: 10 Juli 2021

Mengetahui:

Penulis

Hilyatul Aulia
NIM. 160603201

Pembimbing I

Dr. Hafas Furqani, M.Ec
NIP. 198006252009011009

Pembimbing II

Dara Amanatillah, M.Sc. Finn
NIDN. 2022028705

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadirat Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian Cabang Ups Darussalam Banda Aceh”**. Shalawat beriringkan salam tidak lupa kita sanjung sajikan kepada junjungan kita Nabi Muhammad saw. dimana beliau telah membawa kita dari alam jahiliyah menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang sedang kita rasakan saat ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag. Selaku Ketua Program studi Perbankan Syariah, Ayumiati, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah dan Mukhlis, S.H.I., SE., M.H. selaku operator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

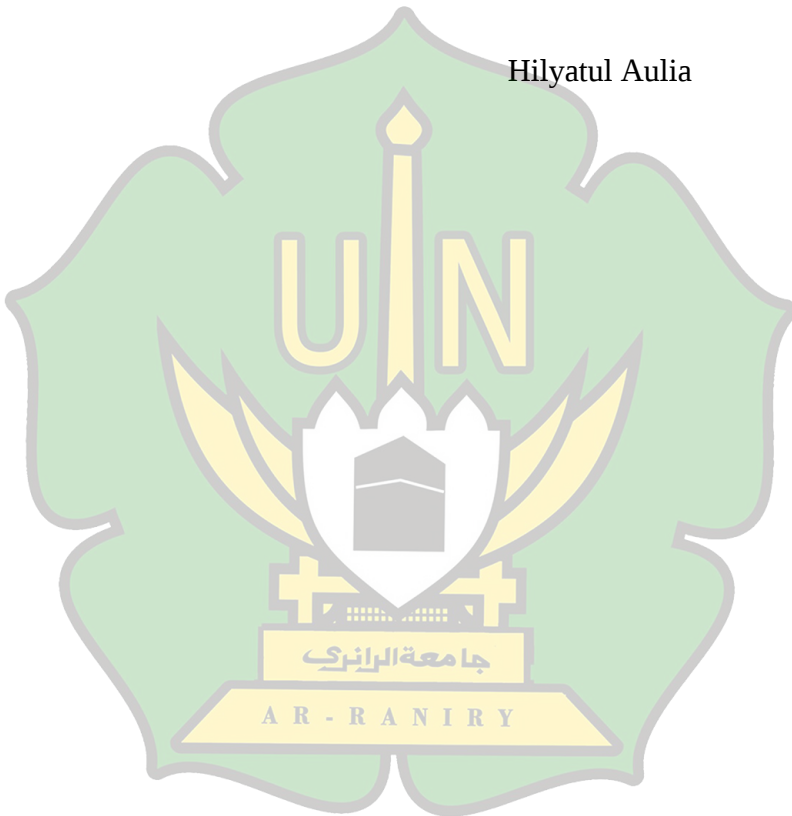
3. Bapak Muhammad Arifin, Ph. D dan Riza Aulia, SE., M.Sc selaku ketua dan Sekretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Dr. Hafas Furqani, M.Ec. Sebagai Dosen Pembimbing 1 dan Dara Amanatillah, M.Sc. Finn Sebagai Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih atas bimbingan dan motivasi selama ini.
5. Ayumiati, SE., M.Si selaku Penasehat Akademik (PA) yang telah memberi saran dan nasehat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
6. Terima kasih kepada karyawan dan nasabah PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh telah memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, dan doa serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran atau ide-ide

yang bersifat membangun dan bermanfaat dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Banda Aceh, 10 Juli 2021
Penulis,

Hilyatul Aulia



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak Dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
◌َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haula*

3. Maddah

Maddah atau panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
اَ / ِ ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
اِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
اُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيلَ :*qīla*

يَقُولُ :*yaqūlu*

4. Ta Marbutoh (ة)

Transliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta marbutoh (ة) hidup

Ta marbutoh (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta marbutoh (ة) mati

Ta marbutoh (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutoh* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl/ raudatulatfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: <i>al-Madīnah al-Munawwarah/ al-MadīnatulMunawwarah</i>
طَلْحَة	: <i>Talḥah</i>

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama Mahasiswa/I : Hilyatul Aulia
NIM : 160603201
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Pada PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh
Pembimbing 1 : Dr. Hafas Furqani, M.Ec
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc. Finn

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan Variabel Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kemudiann Variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan nilai F hitung $>$ F tabel yang artinya secara simultan berpengaruh terhadap kepausan nasabah.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Pembahasan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Gadai Syariah	7
2.1.1 Pengertian Gadai Syariah	7
2.1.2 Dasar Hukum Gadai	7
2.1.3 Rukun dan Syarat Gadai	9
2.2 Kepuasan Nasabah.....	10
2.2.1 Pengertian Kepuasan	10
2.2.2 pengertian Kepuasan Nasabah (Pelanggan)	10
2.2.3 Mengukur Kepuasan Nasabah.....	12
2.2.4 Indikator Mengukur Kepuasan Nasabah	13
2.3 Kualitas Layanan	15
2.3.1 Pengertian Kualitas.....	15
2.3.2 Pengertian Layanan	15
2.3.3 Pengertian Kualitas Layanan.....	16
2.3.4 Indikator Kualitas Layanan	17

2.3.5 Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	19
2.4 Teori Citra Gadai Syariah.....	21
2.5 Penelitian Terkait.....	24
2.6 Kerangka Pemikiran	26
2.7 Hipotesis Penelitian	27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Jenis Data.....	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	29
3.4.1 Populasi	29
3.4.2 Sampel.....	30
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.5 Skala Pengukuran	31
3.6 Definisi Operasional Variabel	32
3.7 Analisis Data	33
3.7.1 Uji Kuesioner Penelitian	33
3.7.2 Analisis Regresi Berganda	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	38
4.1.1 Demografi Kecamatan Syiah Kuala	38
4.1.2 Sejarah Peadaian Syariah	40
4.2 Karakteristik Responden.....	41
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	43
4.3.1 Uji Validitas	43
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	44
4.4 Deskripsi Data Penelitian	45
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	49
4.5.1 Hasil Uji Normalitas.....	49
4.5.2 Hasil Uji Multikolinaritas.....	50
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	51
4.6 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	52
4.6.1 Pungujian Secara Parsial (Uji T).....	54
4.6.2 Pungujian Secara Simultan (Uji F).....	54
4.7 Pembahasan Hipotesis	55

4.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	55
4.7.2 Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Nasabah.....	56
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
DAFTAR LAMPIRAN	62



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Nasabah PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh.....	2
Tabel 2.1 penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3.1 Skala Likert.....	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Data Luas Desa Kecamatan Syiah Kuala Menurut Gampong Tahun 2018	38
Tabel 4.2 Batas-batas Desa Dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2017	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.6 Interval Penilaian Jawaban Responden	45
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan.....	45
Tabel 4.8 Deskripsit Variabel Citra.....	47
Tabel 4.9 Deskripsit Variabel Kepuasan Nasabah	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.12 Hasil Uji heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi dan Uji T.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji F	55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	62
Lampiran 2 Tanggapan Responden	67
Lampiran 3 Hasil Uji Instrument Penelitian.....	73
Lampiran 4 Titik Persentase Distribusi T.....	79
Lampiran 5 Tabel R.....	82
Lampiran 6 Tabel F	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dan peranan sektor jasa dalam perekonomian di Indonesia selama 30 tahun terakhir mengalami kemajuan yang sangat pesat, salah satunya yaitu Lembaga Keuangan Bukan Bank (LKBB). PT. Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank yang berada dibawah naungan kementerian BUMN (Meilani, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman kini telah tercipta produk-produk berbasis syariah yang kian marak di Indonesia, didukung dengan semakin berkembangnya lembaga-lembaga keuangan seperti perbankan syariah, asuransi syariah, dan pasar modal syariah, maka hal ini mendorong lahirnya pegadaian syariah (Mulazid, 2016:59).

Pegadaian syariah adalah lembaga keuangan bukan bank yang menggunakan prinsip-prinsip Islam, gadai (*rahn*) adalah menahan salah satu harta milik seseorang (peminjam) sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Di Indonesia, Majelis Ulama telah mengeluarkan Fatwa No. 25/DSN-MUI/VI/2002 tentang *rahn* (gadai) sebagai salah satu upaya untuk mengakomodasi kebutuhan masyarakat muslim dalam bidang jasa keuangan

lembaga non bank. *Rahn* atau pegadaian ini dipandang sebagai salah satu bentuk pelayanan yang bisa dioperasikan berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Muhammad, 2007:63).

Tabel 1.1
Nasabah PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2017	1071
2	2018	1197
3	2019	1477
4	2020	1660

Sumber: PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam (2021)

Pada tabel 1.1 dari tahun 2017 sampai tahun 2020 jumlah nasabah semakin meningkat di setiap tahunnya. Pada tahun 2017 jumlah nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam sebanyak 1071 nasabah, dan pada tahun 2020 meningkat mencapai 1660 nasabah. Akan tetapi dari hasil observasi awal penulis terdapat beberapa orang yang merasa puas terhadap pelayanan dan juga ada yang merasa kurang puas terhadap pelayanan tersebut. Kurang puasnya nasabah tersebut terhadap pelayanan PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam dikarenakan masih adanya aspek-aspek kualitas pelayanan yang kurang diperhatikan seperti belum maksimalnya dari segi keandalan, daya tangkap, dan empatinya terhadap nasabah, kemudian juga pelayanan dari petugas kurang cepat dalam melayani sehingga nasabah menunggu lama pada saat transaksi sehingga citra perusahaannya juga menurun.

Kualitas pelayanan memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan nasabah, jika kualitas pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka akan

terdapat kepuasan dan sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah, maka akan terdapat ketidakpuasan (Lupiyoadi, 2013:216).

Pentingnya meningkatkan kualitas pelayanan adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan menjadikan pelanggan sebagai fokus utama (Rahayu dan Saryanti, 2014). Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas layanan yang di kehendaki dan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa mencoba untuk memperlihatkan citra perusahaannya, karena dengan citra yang baik akan memberi nilai tambah bagi perusahaan dan juga membuat nasabah senang (Mulyaningsih dan Suasana; 2016).

Selain dari kualitas pelayanan kepuasan nasabah juga dipengaruhi oleh citra perusahaan yang baik akan mempengaruhi pikiran nasabah untuk memilih jasa gadai syari'ah. Menurut Kandampully and Dwi (2000) *Image/citra* merupakan hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan atau nasabah melalui dampak kombinasi dari iklan, *public relation*, citra fisik, dari mulut ke mulut, dan pengalaman nyata dengan barang dan jasa.

Sedangkan keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa (Sutisna, 2003). Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah jasa, seringkali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan dengan jasa dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut. Informasi tersebut dapat berupa kesan

nasabah yang telah melakukan penggunaan jasa yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan jasa tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak mempengaruhi penggunaanya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan. Citra juga sangat berpengaruh bagi nasabah untuk memutuskan dalam menggunakan jasa.

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pernah dilakukan oleh Alriansyah (2019) menyatakan bahwa diperoleh dari nilai konstanta yang menunjukkan kualitas pelayanan dan juga citra perusahaan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah baik secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Meilani (2019), menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Syifullah dan Mira (2018), menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Pegadaian (Pesero) Batam baik secara parsial maupun secara simultan.

Untuk itu dalam meminimalisasi masalah diatas dan juga meningkatkan jumlah nasabah, dan menciptakan pelayanan berkualitas yang dicari oleh nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang UPS Darussalam Banda Aceh supaya terciptanya citra yang

baik dalam pikiran nasabah, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dengan mengambil judul :**“Pengaruh kualitas Pelayanan dan Citra perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh?
2. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh?
3. Apakah kualitas pelayanan dan citra perusahaan (secara simultan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian - R A N I R Y

Berdasarkan rumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

2. Untuk mengetahui apakah variabel citra perusahaan mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh
3. Untuk mengetahui variabel kualitas pelayanan dan variabel citra perusahaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini di harapkan memberi manfaat dalam rangka meningkatkan kualitas pendidikan di sekolah :

a. Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya tentang lembaga keuangan syari'ah.

b. Praktik

Diharapkan dapat memberikan informasi yang memberi pengaruh terhadap lembaga keuangan syari'ah khususnya pengetahuan tentang perilaku pembelian terhadap produk jasa dalam Gadai Syari'ah

c. Kebijakan

Diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan solusi agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pada pembahasan skripsi, adapun pada setiap babnya terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis membahas tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini penulis membahas tentang kajian teori kepuasan nasabah, kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan gadai Syariah, hasil penelitian yang relevan dan kerangka berfikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab tiga penulis menguraikan populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil penelitian, klasifikasi pembahasan sesuai dengan pendekatan, sifat penelitian, dan rumusan masalah atau fokus penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang berhubungan dengan masalah penelitian. Saran adalah rumusan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai langkah-

langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait dengan hasil penelitian yang bersangkutan.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Gadai Syariah

2.1.1 Pengertian Gadai Syariah

Syariah Gadai dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *rahn* dan dapat juga dinamai *al-habsu*, secara etimologis arti *rahn* adalah tetap dan lama, sedangkan *al-habsu* berarti penahanan terhadap suatu barang dengan hak sehingga dapat dijadikan sebagai pembayaran dari barang tersebut (Anshori, 2006 : 88).

Menurut Syafe'i Antonio, sebagaimana dikutip oleh Sutedi, *rahn* (gadai) adalah menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Menurut Ghufroon A. Mas'adi, sebagaimana dikutip oleh Sutedi, mengemukakan bahwa yang dimaksud *ar-rahn* (gadai) adalah sebuah akad utang piutang yang disertai dengan jaminan (agunan) (Sutedi, 2011 : 15)

2.1.2 Dasar Hukum Gadai

1. Al-Qur'an Dasar hukum *rahn* (gadai) dalam Al-Qur'an berdasarkan surat Al-Baqarah Ayat 283

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ ؕ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ؕ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ؕ
وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ ؕ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: “jika kamu dalam perjalanan (dan bermu’amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis maka hendaklah ada barang tanggungan yang

dipegang (oleh yang berpiutang)” (Q.S. Al-Baqarah Ayat [2] 283)

2. Hadis

- a) Dasar hukum *rahn* (gadai) dalam Hadis berdasarkan Hadis riwayat Aisyah

Artinya: *“Aisyah r.a. berkata bahwa Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan menjaminkan kepadanya baju besi”.(HR.Bukhari no.1926, kitab al- buyu’dan muslim)*

Hadist ini menggambarkan bahwa *rahn* dipakai dalam kegiatan konsumtif oleh Rasulullah, bukan untuk bisnis.

3. Ijma para ulama sepakat memperbolehkan *rahn*.
4. Kaidah fiqh

Berdasarkan dasar hukum tersebut dapat diambil praktik *rahn* secara normatif dan teknis antara lain (Mujahidin, 2016 : 91);

- 1) Bolehnya menahan harta orang lain sebagai jaminan utang pada dasarnya untuk kebutuhan konsumtif
- 2) Pemeliharaan barang menjadi tanggung jawab murtahin, sehingga dia boleh menarik biaya pemeliharaan dengan akad ijarah
- 3) Kepemilikan barang tetap pada rahin sehingga biaya pemeliharaannya menjadi tanggung jawabnya
- 4) Pemanfaatan barang jaminan tetap pada rahin, kecuali diizinkan dimanfaatkan oleh murtahin

2.1.3 Rukun dan Syarat Gadai

Rukun gadai ada empat yaitu pemberi gadai (*rahin*), penerima gadai (*murtahin*), barang jaminan (*marhun*), dan utang (*Marhun Bih*), sementara rukun *rahn* adalah, dua pihak yang berakad, akad *rahn*, barang jaminan (*marhun*) dan utang (*marhun bihi*) (Mujahidin, 2016 : 195).

Menurut Mohammad Anwar dalam buku fiqh islam menyebutkan rukun dan syarat sahnya perjanjian gadai adalah sebagai berikut: (Anshori 2006: 91)

a) Ijab Qabul (*Sighot*)

Hal ini dapat dilakukan baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, asalkan saja didalamnya terkandung maksud adanya perjanjian gadai antara para pihak.

b) Orang yang Bertransaksi (*Aqid*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi bagi orang yang bertransaksi gadai yaitu *rahin* (pemberi gadai) dan *murtahin* (penerima gadai) adalah telah dewasa, berakal dan atas keinginan sendiri.

c) Adanya Barang yang Digadaikan (*Marhun*)

Syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk barang yang akan digadaikan oleh *rahin* (pemberi gadai) adalah dapat diserahkan, bermanfaat, milik *rahin* (orang yang menggadaikan), jelas, tidak bersatu dengan harta lain, dikuasai oleh *rahin*, harta yang tetap atau dapat dipindahkan.

d) Utang (*Marhun bih*)

Menurut ulama hanafiyah dan syafiiyah syarat utang yang dapat dijadikan alas gadai adalah: berupa utang yang tetap dapat dimanfaatkan, utang harus lazim pada waktu akad, utang harus jelas dan diketahui oleh rahin dan murtahin.

2.2 Kepuasan Nasabah

2.2.1 Pengertian Kepuasan

Philip Kotler mengatakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan (Arif, 2012).

Zeithaml dan Bitner, menyatakan bahwa kepuasan merupakan suatu penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen. Kepuasan yaitu sebagai suatu tanggapan emosional yang dirasakan oleh pelanggan pada saat mereka menikmati pengalaman menggunakan atau mengonsumsi produk/jasa tersebut (Rangkuti, 2017).

2.2.2 Pengertian Kepuasan Nasabah (Pelanggan)

Menurut Cambridge International Dictionary, konsumen adalah seseorang yang membeli barang atau jasa. Menurut Webster's Dictionary, konsumen ialah seseorang yang beberapa kali datang ketempat yang sama untuk membeli barang atau peralatan. Jadi konsumen (pelanggan) merupakan seseorang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu

tempat yang sama, untuk memuaskan keinginannya dengan membeli suatu produk atau jasa untuk memilikinya, dan membayar produk atau jasa tersebut (Hadinoto, 2009).

Menurut Arif (2012), mendefinisikan bahwa nasabah sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang selalu berhubungan dengan bank atau mejadi pelanggan (nasabah) bank.

Mowen dan Minor, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (*acquisition*) dan pemakaiannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan ialah suatu penilaian evaluatif purna beli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik (Nuralam 2017).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga dapat didefinisikan yaitu sebagai tingkat perasaan seseorang setelah dibandingkan kinerja atau hasil kerja yang dia rasakan dengan harapannya (Rangkuti, 2017).

2.2.3 Mengukur Kepuasan Nasabah

Ada beberapa cara untuk mengukur kepuasan nasabah di antaranya yaitu (Arif, 2012):

- a. Sistem keluhan dan saran (*Complaint and sugestion system*) Perusahaan meminta keluhan dan saran dari

pelanggan dengan membuka kotak saran baik melalui surat, telepon bebas pulsa, customer hot line, maupun lainnya yang dapat memungkinkan perusahaan untuk mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran dari nasabah.

- b. Survey kepuasan pelanggan (*Customer satisfaction surveys*)
Perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan, yang diharapkan dari survey ini didapatkan umpan balik yang positif dari nasabah.
- c. Pembeli bayangan (*Ghost shopping*)
Perusahaan menempatkan orang tertentu baik orang lain maupun dari level manajemen sendiri sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaan sendiri. Pembeli bayangan ini akan memberikan laporan tentang keunggulan dan kelemahan petugas pelayan yang melayaninya.
- d. Analisa pelanggan yang lari (*Lost customer analysis*)
Pelanggan yang hilang akan dihubungi kembali, kemudian diminta alasan untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, dan pindah ke perusahaan lain, apakah ada sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi.

2.2.4 Indikator Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dalam Tjiptono (2014), menyatakan bahwa ada 6 (enam) indikator dalam pengukuran kepuasan nasabah, yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Kepuasan nasabah secara keseluruhan dapat diukur dengan cara menanyakan langsung kepada nasabah apakah mereka merasa puas dalam mendapatkan pelayanan di bank syariah. Misalnya menanyakan apakah nasabah puas terhadap pelayanan keseluruhan yang ada di bank syariah atau tidak.

2. Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah.

Dimensi kualitas dapat dilakukan dengan memilah-milah kepuasan nasabah ke dalam beberapa komponen. Pertama melakukan identifikasi terhadap dimensi apa saja yang menjadi kunci kepuasan nasabah. Kedua, meminta kesediaan nasabah untuk menilai jasa bank syariah berdasarkan item-item spesifik yang telah disediakan, seperti kecepatan pelayanan, keramah tamahan karyawan, dan fasilitas fisik dari bank syariah tersebut. Ketiga, nasabah diminta untuk menentukan manakah dimensi yang paling penting dan dominan dalam menilai kepuasan nasabah.

3. Konfirmasi Harapan (*Confirmation of Expectations*)

Konfirmasi harapan yang dimaksudkan ialah untuk mengevaluasi apakah pelayanan yang diberikan oleh bank syariah sudah sesuai dengan harapan sebelum nasabah melakukan transaksi di bank syariah.

4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)

Kepuasan nasabah diukur dengan menanyakan langsung kepada nasabah apakah akan menggunakan jasa atau pelayanan di bank syariah tersebut di kemudian hari atau tidak menggunakan lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Kepuasan nasabah juga dapat diukur dengan melihat kesediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain agar mau menjadi nasabah di bank syariah tersebut.

6. Ketidakpuasan Pelanggan/Nasabah (*Dissatisfaction Customer*)

Aspek-aspek yang sering dianalisa untuk mengetahui ketidakpuasan nasabah yaitu komplain, retur atau pengembalian produk, rekomendasi negatif kepada pihak lain dan nasabah yang beralih ke bank lain. Maka dari itu, hendaknya bank syariah perlu menyediakan sarana untuk melakukan keluhan seperti adanya *customer service*, *call center* dan kotak saran.

2.3 Kualitas Layanan

2.3.1 Pengertian Kualitas

Menurut Philip B. Crosby dalam Witara (2018), menyatakan bahwa kualitas yaitu kesesuaian dengan persyaratan. Menurut Joseph M. Juran dalam Witara (2018), menyebutkan bahwa kualitas merupakan kesesuaian penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Witara (2018), menyatakan bahwa kualitas

harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.

2.3.2 Pengertian Layanan

Stanton dan Etzel at al dalam Nuralam (2018), menyatakan bahwa layanan merupakan sesuatu yang dapat di dentifikasi secara independen sebagai sesuatu yang tidak berwujud, dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Kotler dan Keller dalam Nuralam (2018), menyatakan bahwa layanan adalah suatu aktivitas, keuntungan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan pengalihan kepemilikan dimana produksi dapat diikat atau tidak untuk produk fisik. Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Nuralam (2018), menyatakan bahwa layanan ialah suatu kegiatan ekonomi yang outputnya tidak dalam bentuk produk, yang dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah yang tidak berwujud (seperti kesenangan, hiburan, kenyamanan, dan kesehatan).

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa layanan adalah suatu tindakan yang diberikan oleh seseorang kepada orang lain yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada pemilikan sesuatu namun dapat dirasakan dan dapat memberikan kepuasan

2.3.3 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan. Menurut Parasuraman et al dalam Indahingwati (2019), menyatakan bahwa kualitas layanan yaitu suatu ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Zeithaml dan Bitner dalam Indahingwati (2019), mengemukakan bahwa kualitas layanan merupakan total pengalaman yang hanya dapat dievaluasi oleh pelanggan. Kualitas jasa ialah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Smith dan Ennew dalam Indahingwati (2019), berpendapat bahwa kualitas layanan merupakan faktor yang sangat penting bagi kinerja perusahaan dan sumber keuntungan kompetitif perusahaan.

Adapun kualitas pelayanan dalam perspektif islam ialah memberikan pelayanan yang terbaik kepada umat manusia yang merupakan suatu pekerjaan yang sangat mulia dan suatu pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Allah berfirman dalam surah Al-Maidah ayat 2 yang berbunyi :

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah : 2

Dalam ayat ini menjelaskan bahwa, perintah Allah kepada hamba-Nya untuk saling tolong-menolong dalam mengerjakan

kebaikan dan takwa, karena dengan takwa seorang hamba akan meraih keridhaan dari Allah. Dan tolong-menolong juga dalam kebaikan untuk maslahat kehidupan dunia (yang diperbolehkan oleh syariat) dan maslahat untuk kebahagiaan akhirat.

2.3.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Apabila terkait dengan kualitas layanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani (perusahaan) saja, akan tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu (Arif, 2012):

- a. Bukti Fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas/gedung dan lain sebagainya.
- b. Keandalan (*Reliability*) yaitu suatu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior

gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.

- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu daya tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan untuk menolong pelanggan dan ketersediaannya untuk melayani nasabah dengan baik.
- d. Jaminan (*Assurance*) yaitu suatu kemampuan karyawan bank untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada bank. Variabel ini terdiri dari beberapa komponen antara lain ialah komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan, kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*cortecy*).
- e. Empaty (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan berupa memahami keinginan nasabah. Dimana suatu bank diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Dalam melayani nasabah sebaiknya petugas bank harus mampu memahami dan mengerti akan sifat-sifat masing-masing nasabahnya. Hal ini disebabkan karena setiap nasabah memiliki sifat-sifat yang berbeda. Namun secara umum, setiap nasabah memiliki keinginan yang sama, yaitu ingin dipenuhi keinginan dan kebutuhannya serta selalu ingin memperoleh

perhatian. Berikut sifat-sifat nasabah yang harus dikenal (Arif, 2012):

1. Nasabah dianggap sebagai raja.
2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya.
3. Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung.
4. Nasabah mau diperhatikan.
5. Nasabah merupakan sumber pendapatan bank

2.3.5 Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik

Pengertian pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan (Kasmir, 2006 h 49)

Adapun ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- a. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pelanggan ingin dilayani secara prima, oleh karena itu untuk melayani pelanggan salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

- b. Tersedia karyawan yang baik

Kenyamanan pelanggan juga tergantung dari karyawan yang melayaninya. Karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Disamping itu karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan serta pintar dan dalam bekerja dalam bidangnya.

- c. Bertanggung jawab kepada pelanggan

Dalam menjalankan kegiatan pelayanannya setiap karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Pelanggan akan merasa puas jika karyawan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikannya.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Dalam melayani pelanggan diharapkan karyawan dapat melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.

e. Mampu berkomunikasi

Para karyawan harus mampu berbicara dengan baik dan cepat memahami keinginan pelanggannya. Artinya para karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.

f. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi

Menjaga rahasia perusahaan sama artinya dengan menjaga rahasia pelanggan. Oleh karena itu, karyawan harus mampu menjaga rahasia pelanggan terhadap siapa pun. Rahasia perusahaan merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

g. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Setiap karyawan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena karyawan selalu berhubungan dengan pelanggan, maka para karyawan tersebut dididik khusus

mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi pelanggan atau kemampuan dalam bekerja.

h. Berusaha memahami kebutuhan pelanggan

Karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan oleh pelanggannya. Para karyawan yang lamban akan membuat pelanggan lari, usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.

i. Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon pelanggan kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon pelanggan mau menjadi pelanggan perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga pelanggan yang lama agar tidak lari maka perlu dijaga kepercayaannya. Semua ini melalui pelayanan petugas *costomer service* khususnya dan seluruh karyawan perusahaan umumnya.

Selanjutnya pelayanan yang tidak baik meliputi (Kasmir, 2004 hlm 210-211)

- a) Sikap kasar dan sombong.
- b) Tidak memiliki pengetahuan tentang barang.
- c) Makan atau ngobrol dengan teman sambil melayani.
- d) Bermuka masam.
- e) Membedakan pembeli.

2.4 Teori Citra

Citra adalah perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, organisasi, atau lembaga; kesan yang dengan sengaja

diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi (Ardianto,2011:62).

Citra adalah hal yang dipertimbangkan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan melalui dampak kombinasi dari iklan, *publik relation*, citra fisik, dari mulut ke mulut, dan pengalaman nyata dengan barang dan jasa. Sebelum terjadinya penggunaan terhadap sebuah jasa, sering kali seorang nasabah menerima informasi yang berkaitan dengan jasa dan lembaga yang menyediakan jasa tersebut. Informasi tersebut dapat berupa kesan nasabah yang telah melakukan penggunaan jasa yang sama terhadap citranya, atau berita yang disampaikan oleh pihak yang menyediakan jasa tersebut. Bagi sebagian orang, informasi tersebut kadangkala tidak mempengaruhi keputusan penggunaannya, tetapi bagi sebagian yang lain informasi tersebut menjadi hal yang sangat berharga untuk dipertimbangkan.

2.4.2 Jenis-jenis Citra

Menurut Frank Jefkins (Nova, 2011:299-300), ada 6 jenis citra, diantaranya :

1. Citra Cermin (*Mirror Image*)

Pengertian disini bahwa citra cermin yang diyakini oleh perusahaan bersangkutan terutama para pimpinannya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar.

2. Citra Kini (*Current Image*)

Citra merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan atau hal yang lain berkaitan dengan produknya.

3. Citra Keinginan (*Wish Image*)

Citra keinginan ini adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang ditampilkan tersebut lebih dikenal (*good awareness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang selalu positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum.

4. Citra Perusahaan (*Corporate Image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan (*corporate image*) yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam bidang marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab (*social care*) sosialnya.

5. Citra Serba Aneka (*Multiple Image*)

Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan diatas, misalnya bagaimana pihak Humas atau PR-nya akan menampilkan pengenalan (*awareness*) terhadap identitas perusahaan, atribut logo, *brand's name*, seragam (*uniform*) para *front liner*, sosok gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya.

6. Citra Penampilan (*Performance Image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*Performance Image*) para profesional pada perusahaan bersangkutan.

2.4.3 Definisi Citra Perusahaan

Sebelum menjelaskan pengertian Citra Perusahaan maka terlebih dahulu akan dijelaskan arti *brand* (merek) dan *image* (citra) itu sendiri. Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan atau kombinasi dari hal-hal tersebut yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Selain itu brand merupakan pemikiran-pemikiran dan perasaan-perasaan tentang suatu produk atau perusahaan menjadi image atau persepsi bagi kebanyakan orang ketika mendengarnya (Fahrudin 2016)

Berikut definisi citra perusahaan menurut beberapa ahli: Mark Graham R. Dewney mengatakan bahwa citra perusahaan merupakan keseluruhan impresi mengenai perusahaan yang ada dalam benak konsumen. Sedangkan Lawrence L. Steinmentz mendefinisikan citra perusahaan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan (Nova, 2011:301)

Citra perusahaan adalah kombinasi dari persepsi konsumen dan sikap terhadap badan usaha. Citra perusahaan dipercaya memiliki karakteristik yang sama seperti potret diri perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembiayaan nasabah. Dalam hal

ini citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan, pesaing, mitra dan masyarakat pada umumnya, dalam hal ini citra perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan terbentuk dari riwayat keberhasilan, stabilitas dibidang keuangan, kualitas produk dll (Sudarso 2016).

2.4.4 Manfaat Citra Perusahaan

Menurut Siswanto Sutojo mengemukakan, citra perusahaan yang baik dan kuat mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Daya saing jangka menengah dan panjang yang mantap
Dimana citra perusahaan yang baik dan kuat akan menjadi identitas atau kepribadian perusahaan yang tidak mudah ditiru perusahaan lain sekaligus melindungi perusahaan dari pesaing.
2. Menjadi perisai selama masa krisis
Perusahaan yang memiliki citra baik dan kuat akan lebih mudah mendapatkan dukungan serta maaf dari masyarakat atas kesalahannya.
3. Menjadi daya tarik eksekutif handal.

Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan mampu menarik, memotivasi dan menahan eksekutif handal yang merupakan aset penting penggerak roda perusahaan.

4. Meningkatkan efektivitas strategi pemasaran

Dengan citra yang sudah terbentuk dengan baik, dalam menerjunkan produk baru di pasar maka kegiatan melakukan strategi pemasaran tidak akan sebesar saat belum adanya citra.

5. Penghematan biaya operasional

Sebuah perusahaan dengan citra yang baik dan kuat akan membutuhkan biaya untuk mempromosikan produk lebih sedikit atau lebih hemat dibandingkan yang dilakukan oleh perusahaan yang belum memiliki citra atau bahkan belum dikenal konsumen (Sutojo, 2004:3).

Indikator citra perusahaan menurut Rahyuda dan Atmaja (2011)

:

1. *Advertising*, ketertarikan pelanggan terhadap kegiatan periklanan yang dilakukan perusahaan.
2. *Public relation*, yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk membangun citra baik perusahaan.
3. *Physical image*, yaitu kesan pelanggan terhadap segala bentuk fisik dalam meningkatkan citra perusahaan.
4. *Actual experience*, yaitu semua kondisi atau aktivitas yang dirasakan oleh pelanggan ketika merasakan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak perusahaan.

2.5 hubungan Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen

Widiyani (2015) kualitas pelayanan sangat mempengaruhi keputusan konsumen. Apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Konsumen tentunya tidak akan menggunakan jasa perusahaan pegadaian syariah jika dirasa pelayanan awal yang didapatkan tidak sesuai yang diharapkan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk menggunakan jasa gadai di pegadaian syariah tersebut.

Suryani 2013 (dalam widiyani, 2015 :69) Pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen timbul karena persepsi konsumen mengenai jasa yang dibeli atau yang pernah dikonsumsi. Evaluasi dilakukan berdasarkan penilaian keseluruhan antara apa yang diterima dan dialami dibandingkan dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang dirasa baik oleh konsumen akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa gadai di pegadaian syariah tersebut. Sebagai contoh apabila citra pegadaian syariah dimata masyarakat sudah baik tetapi jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang memuaskan atau kurang baik, maka hal ini akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa gadai di pegadaian syariah tersebut. Karena persepsi konsumen mengenai pelayanan sangat mempengaruhi keputusan konsumen

maka dari itu perusahaan pegadaian syariah diharuskan untuk meningkatkan kualitas dari segi pelayanan.

2.5.2 Pengaruh citra gadai terhadap kepuasan konsumen

Selain kualitas pelayanan persepsi konsumen tentang Citra pegadaian merupakan penilaian atas apa yang dilihat dan didengar oleh konsumen mengenai perusahaan dan produk dari pegadaian syariah. Apakah citra perusahaan tersebut sudah berjalan dengan bagus atau bahkan buruk dimata masyarakat. Maka dari itu jika suatu pegadaian syariah ingin lebih maju dan berkembang maka harus membangun citra perusahaan yang positif dimata masyarakat, dan apabila citra pegadaian syariah ingin dikenal oleh masyarakat luas maka bisa dilakukan melalui iklan dan promosi ataupun program-program sosial, karena citra pegadaian syariah ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa layanan gadai.

Menurut Suryani 2013 (dalam widiyani, 2015:68) Citra perusahaan mempunyai peran besar dalam mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Ketika konsumen tidak mempunyai informasi yang lengkap tentang produk dan merek, maka konsumen akan menggunakan citra perusahaan pegadaian syariah sebagai dasar memilih produk. Masyarakat terkadang tidak menyukai produk karena citra perusahaan yang sudah terlanjur buruk dimata masyarakat.

2.6 Penelitian Terkait

Adapun rangkuman penelitian-penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

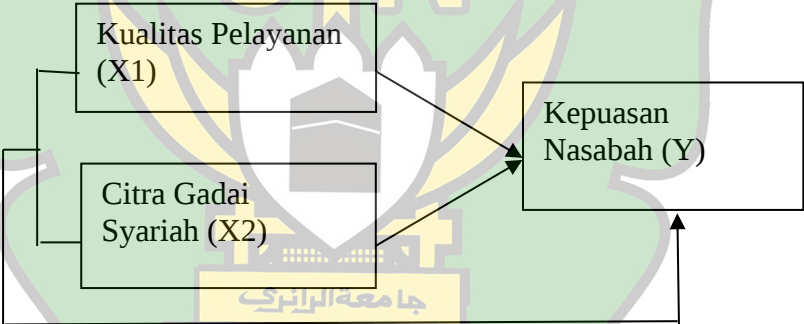
No	Penelitian / tahun	Judul	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Elza Finnora dan Ismail Razak (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas dan citra berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Persamaan di variabel	Perbedaan yaitu lokasi penelitian
2.	Lira Arlia Meilani (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah	Dari hasil penelitian yang dilakukan, maka variabel kualitas pelayanan dan citra perusahaan apabila digabungkan akan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian (PERSERO) Kantor Cabang Pasar Kordon Bandung.	Sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan citra. dan metode regresi linear berganda	Berbeda di lokasi penelitian

3	Syaifullah Dan Mira (2018)	Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam	Hasil penelitian untuk citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas layanan memiliki berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan hasil uji F citra merek variabel dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Persamaa nnya di variable dan metode regresi linear berganda	Berbeda lokasi penelitian
4	Lukman Hakim Siregar (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Gadai Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah	Sama- sama menggun akan variable kualitas pelayanan	Berbeda lokasi dan dan motode regresi
5	Danung Alriansyah (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaa n Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Bri	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah; 2. ada pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah; 3. ada pengaruh signifikan antara	Persamaa nnya di variable dan metode regresi	Perbedaa annya di lokasi penelitian

		Syariah Tbk, Cabang Jambi	kualitas pelayanan, dan citra perusahaan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah cabang Jambi.		
--	--	------------------------------------	--	--	--

2.7 Kerangka Pemikiran

Sejalan dengan tujuan penelitian dan kajian teori yang sudah dibahas diatas selanjutnya akan diuraikan kerangka berfikir mengenai pengaruh tingkat kepuasan nasabah dan citra gadai syari'ah terhadap kepuasan nasabah di PT.Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh yaitu:



A R - R
Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1} : Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

- H_{a2} : Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
- H_{a3} : Kualitas Pelayanan dan Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini bersifat eksplanasi Penelitian eksplanasi merupakan penelitian untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur, menguji hubungan sebab-akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik inferensial (Bungin, 2017).

3.2 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Metode pengumpulan data primer dalam penelitian ini yakni data yang diperoleh dengan

melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian, yang sesuai dengan masalah yang diteliti, yang akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian. Alat bantu ini digunakan untuk mendapatkan jawaban dari para responden yang telah ditetapkan. Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada nasabah PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh (Sugiyono, 2014).

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan data primer berupa angket atau kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011). Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis angket pembagian secara langsung sehingga responden hanya memilih pilihan jawaban yang sudah disediakan

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh pada tahun 2020 yang berjumlah 1660 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2015).

3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel

Untuk memudahkan penulis dalam mengambil jumlah sampel, maka sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 94 orang dari seluruh nasabah di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Banda Aceh. Pengambilan jumlah sampel didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin, (Husein Umar 2013):

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

$$n = \frac{1660}{(1 + (1660 \times 0.1^2))} = 94$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal

N = jumlah populasi keseluruhan

(e)² = persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Berdasarkan rumus slovin di atas dari jumlah populasi 1660 orang maka sampel yang di ambil 94,3 untuk lebih memudahkan dalam pengambilan sample maka peneliti mengenskapkan menjadi 94 orang sampel. Jadi sample pada penelitian ini berjumlah 94 orang.

3.5 Skala Pengukuran

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala *likert*. Kuesioner adalah suatu metode dimana peneliti menyusun daftar pertanyaan secara tertulis yang kemudian dibagikan kepada responden guna memperoleh data yang berhubungan dengan kegiatan. Kuesioner ini diberikan kepada semua masyarakat yang terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata Pulau Dua. kemudian peneliti berusaha memberikan penjelasan terlebih dahulu kepada responden sebelum mengisi kuesioner yang disebarikan. Serta peneliti menunggu hasil jawaban atas kuesioner yang diberikan kepada responden sampai selesai.

Tabel 3.1
Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Penggunaan skala likert dengan alternatif skor nilai 1 – 5 untuk mengukur sikap, dan pendapat respon den. Pendapat yang paling positif diberi skor 5 (maksimum), dan pendapat yang paling negatif diberi angka 1 (minimum). Dengan pertimbangan agar

responden lebih mudah dalam menentukan pilihan jawaban, karena peneliti meyakini bahwa responden telah familiar dengan angka tersebut.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan tentang bagaimana suatu variabel diukur. Definisi operasional variabel yang dijelaskan adalah operasionalisasi konsep agar diteliti atau diukur melalui gejala-gejala yang ada. Variabel penelitian harus dapat diukur menurut skala yang lazim digunakan. Gambaran lebih jelas mengenai variabel penelitian seperti dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Ukur
Pelayanan (Variabel Bebas, X_1)	Kualitas Pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu layanan yang hanya dapat dinilai oleh pelanggan. (Indahingwati, 2019)	1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empaty (<i>Empathy</i>) (Arif, 2012)	skala likert.
Citra perusahaan (Variabel Bebas, X_2)	Menurut Ruslan (2016:75) pengertian citra itu sendiri abstrak (<i>intangible</i>) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian	1. <i>Advertising</i> , 2. <i>Public relation</i> , 3. <i>Physical image</i> , 4. <i>Actual experience</i> .	skala likert.

	baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.		
Kepuasan nasabah (Variabel terikat, Y)	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah dibandingkan kinerja atau hasil kerja yang dia rasakan dengan harapannya. (Rangkuti, 2017)	1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan 2. Dimensi Kualitas Pelanggan/Nasabah 3. Konfirmasi Harapan 4. Niat Beli Ulang 5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi 6. Ketidakpuasan Pelanggan/Nasabah (Tjiptono: 2014)	skala likert.

Sumber : data diolah (2021)

3.7 Analisis Data

3.7.1 Uji Kuesioner Penelitian

1. Uji validitas Penelitian

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Sugiyono, 2014). Instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel untuk mengukur tingkat

validitas soal yang diteliti secara tepat. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *pearson correlation*. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan statistik dengan kriteria berikut (Arikunto, 2010);

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
 - b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
2. Uji Reliabilitas kuesioner

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika $\text{cronbach's alpha} > 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika $\text{cronbach's alpha} < 0,60$ (Ghozali, 2013).

3.7.2 Analisis Regresi Berganda

1. Asumsi Regresi Berganda

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan syarat dalam analisis parametric dimana distribusi data harus normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Jika nilai probabilitas (*asymtotic significance*) pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari

0,1 maka residual berdistribusi normal. Sebaliknya bila nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari 0,1 maka residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2013).

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2013). Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2012).

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 0,1 maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual tidak sama.

2. Uji Signifikansi

a. Uji Persial (Uji t)

Menurut sugiyono (2014) uji t bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian terhadap koefisien regresi adalah sebagai berikut:

Pengujian ini dilakukan dengan uji t dan signifikan dengan tingkat signifikan sebesar 0,1 atau 10% dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai $\text{sig } t < 0,1$ maka H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai $\text{sig } t > 0,1$ maka H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Uji simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2014), uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan pada tingkat kelayakan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai $\text{sig } f > 0,1$ maka H_o diterima. Artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- b) Apabila nilai $\text{sig } f < 0,1$ maka H_0 ditolak. Artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variable dependen dengan beberapa variabel independen. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel Pelayanan (X_1), variabel Citra Gadai Syariah (X_2) terhadap kepuasan Nasabah (Y). Berdasarkan data yang akan diolah menggunakan aplikasi SPSS (22), adapun formula untuk Analisis Regresi Berganda Menurut Sugiyono (2014) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \dots \dots \dots (3.1)$$

Atau dapat juga ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 P + \beta_2 C + e \dots \dots \dots (3.1)$$

Keterangan :

α = Konstanta

β_1 = Koefesien regresi X_1

β_2 = Koefesien regresi X_2

X_1 = Pelayanan

X_2 = Citra Gadai Syariah

Y = Kepuasan Nasabah

e = Error term

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1.1.1 Demografi Kecamatan Syiah Kuala

Kecamatan Syiah Kuala yang terletak geografisnya sebelah utara berbatasan dengan selat malaka, sebelah selatan berbatasan ulee Kareng, sebelah Barat berbatasan Kuta Alam, sebelah Timur berbatasan Kabupaten Aceh Besar. Luas Kecamatan 14,244 km² (1.424,4 ha) dengan tinggi rata-rata 0,8 meter di atas permukaan laut.

Kecamatan Syiah Kuala terdiri atas 3 kemukiman, 10 desa, dan 41 dusun. Dengan jumlah desa yang banyak, tentu dibarengi juga dengan wilayah yang luas. Dari 10 desa yang ada di kecamatan Syiah Kuala, Alue Naga merupakan desa dengan wilayah desa yang terluas yaitu mencapai 242,6 Ha.

Tabel 4.1
Data luas desa kacamatan Syiah Kuala Menurut Gampong
Tahun 2018

Desa	Luas Gampong(Ha)
Ie Masen Kayee Adang	70,2
Pineung	61,5
Lamgugob	153,2
Kopelma Darussalam	206,2
Rukoh	95,2
Jeulingke	154,4
Tibang	230,7
Deah Raya	178,2
Alue Naga	242,6
Peurada	31,79

Sumber: Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka Tahun 2019

Tabel 4.2
Batas-Batas Desa Dalam Kecamatan Syiah Kuala Tahun 2017

Gampong	Batas
Ie Masen Kayee Adang	Utara : Gampong Pineung Timur : Kabupaten Aceh Besar Selatan : Gampong Doy Barat : Gampong Lambhuk
Pineung	Utara: Gampong Peurada Timur : Gampong Lamgugob Selatan : Gampong Ie Masen Kayee Adang Barat : Gampong Kota Baru Kec. Kuta Alam
Lamgugob	Utara : Gampong Jeulingke Timur : Gampong Rukoh Selatan : Gampong Ie Masen Kayee Adang Barat : Gampong Pineung
Kopelma Darussalam	Utara : Gampong Rukoh Timur : Kabupaten Aceh Besar Selatan : Kabupaten Aceh Besar Barat : Kabupaten Aceh Besar
Rukoh	Utara : Kabupaten Aceh Besar Timur : Kabupaten Aceh Besar Selatan : Gampong Kopelma Darussalam Barat : Gampong Lamgugob
Jeulingke	Utara : Gampong Tibang Timur : Kabupaten Aceh Besar Selatan : Gampong Peurada Barat : Gampong Bandar Baru Kec.Kuta Alam
Tibang	Utara : Gampong Alue Naga Timur : Kabupaten Aceh Besar \
Deah Raya	Utara : Selat Malaka Timur : Gampong Alue Naga Selatan : Gampong Lambaro Skep Kec. Kuta Alam Barat : Gampong Lampulo Kec. Kuta Alam
Alue Naga	Utara : Selat Malaka Timur : Kabupaten Aceh Besar Selatan : Gampong Tibang Barat : Gampong Deah Raya
Peurada	Utara : Gampong Jeulingke

	Timur : Gampong Langugob Selatan : Gampong Pineung Barat : Gampong Kota Baru Kec. Kuta Alam
--	---

Sumber: Kecamatan Syiah Kuala Dalam Angka Tahun 2018

4.1.2 Sejarah Pegadaian Syariah

Pada masa kemerdekaan, Pemerintah Indonesia mengambil alih usaha Dinas Pegadaian dan mengubah status Dinas Pegadaian menjadi PN (Perusahaan Negara) berdasarkan Undang-Undang No. 19 Peraturan Pemerintah Tahun 1960. Seiring berjalannya waktu, pada tanggal 11 Maret 1966 berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.7 Tahun 1969 PN Pegadaian berubah menjadi Perjan (Perusahaan Jawatan). Pada Tahun 1990 Perjan Pegadaian berubah menjadi Perum (Perusahaan Umum) Pegadaian. Dan pada tanggal 1 April 2012 Perum Pegadaian berubah menjadi PT (Perseroan Terbatas) Pegadaian.

PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh sekarang memiliki 11 kantor unit pembantu yang tersebar di wilayah Banda Aceh. PT. Pegadaian Syariah UPS Darussalam adalah salah satu kantor unit pembantu yang tersebar di wilayah Banda Aceh dan telah beroperasi hingga sekarang.

Adapun Visi dan Misi PT. Pegadaian UPS Darussalam adalah sebagai berikut (Pegadaian.co.id, 2019).

1. Visi PT. Pegadaian UPS Darussalam adalah sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis Gadai yang selalu menjadi market leader dan Mikro berbasis Fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

2. Misi PT. Pegadaian UPS Darussalam adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

1.2 Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah seluruh nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh yang menggunakan jasa gadai, adapun pertanyaan yang termuat dalam kuesioner terdiri dari dua bagian, yaitu pertanyaan mengenai kepuasan nasabah dan pertanyaan mengenai variabel penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X_1), dan Citra (X_2). Penyebaran 94 kuesioner dilakukan dengan mengirimkan link kuesioner online menggunakan *Google Forms*. Kemudian data hasil dari penyebaran kuesioner kepada responden selanjutnya akan di analisis. Adapun gambaran umum responden tersebut satu persatu diuraikan pada tabel berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Berdasarkan Jenis Kelamin		
	Laki-laki	43	46,5 %
	Perempuan	51	53,5 %
2	Berdasarkan Usia Responden		
	17-20 tahun	4	4 %
	21-30 tahun	46	46,5 %
	31-40 tahun	28	27,7 %
	>51 tahun	16	21,8 %
3	Berdasarkan Agama		
	Islam	94	100%
4	Berdasarkan Pekerjaan		
	Pelajar/mahasiswa	37	39,3 %
	Wiraswasta	11	12 %
	PNS	22	23,4 %
	IRT	13	14 %
	Pegawai Swasta	3	3,1 %
	TNI/POLRI	2	2,1 %
	Petani	6	6,3 %

Sumber :Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut dapat diketahui bahwa karakteristik responden dinilai dari jenis kelamin lebih didominasi oleh perempuan yaitu sebesar 53,5%, sedangkan laki-laki sebesar 46,5% dari total keseluruhan responden. Dilihat dari usia responden, sebesar 4% merupakan responden golongan usia diantara 17 tahun hingga 20 tahun. Selanjutnya sebesar 46,5% dari total responden merupakan golongan usia 21 tahun hingga 30 tahun yang merupakan golongan paling dominan. Selanjutnya golongan usia diantara 31 hingga 40 tahun sebesar 27,7% dan golongan usia lebih dari 50 tahun sebesar 21,8%. Kemudian dilihat dari segi

agama yaitu semua responden beragama Islam nilai sebesar 100%. Selanjutnya ditinjau dari pekerjaan responden, golongan pelajar/mahasiswa merupakan golongan paling dominan dari total keseluruhan sebesar 39,3%, golongan wiraswasta sebesar 12%, golongan pekerja PNS sebesar 23,4%, golongan IRT sebesar 14%, golongan pegawai swasta yang 3,1%. Kemudian golongan TNI/PORI 2,1%, dan golongan petani sebesar 6,3%.

1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1.3.1 Uji Validitas

Dalam menentukan tingkat validitas maka dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Pertanyaan dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan alpha (α) 10%. Maka hasil mengenai uji validitas dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji validitas

Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)			
X1.1	0.604	0.1689	Valid
X1.2	0.797		Valid
X1.3	0.715		Valid
X1.4	0.833		Valid
X1.5	0.798		Valid
X1.6	0.687		Valid
X1.7	0.720		Valid
X1.8	0.769		Valid
X1.9	0.732		Valid
X1.10	0.763		Valid
Citra (X2)			
X2.1	0.843	0.1689	Valid
X2.2	0.774		Valid
X2.3	0.812		Valid
X2.4	0.769		Valid
X1.5	0.754		Valid

Kepuasan Nasabah (Y)			
Y.1	0.796	0.1689	Valid
Y.2	0.803		Valid
Y.3	0.780		Valid
Y.4	0.801		Valid
Y.5	0.792		Valid
Y.6	0.799		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan valid karena masing-masing pernyataan memiliki nilai signifikansi dibawah alpha 10% dan nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel yang sebesar 0.1689.

1.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha $> 0,60$ dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha $< 0,60$ (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas dari hasil penelitian tersebut dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	r _{kritis}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	11	0.775	0,60	Reliabilitas
Citra (X2)	6	0.804	0,60	Reliabilitas
Kepuasan Nasabah (Y)	7	0.798	0,60	Reliabilitas

Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan sebesar 0.775, variabel citra sebesar 0.804 dan kepuasan nasabah sebesar 0.798 . Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing variabel > 0,60, sehingga seluruh variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

1.4 Deskripsi Data Penelitian

Untuk mempermudah penilaian dari rata-rata indikator kuesioner maka dibuat interval penilaian rata-rata responden. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak 5 (lima kelas) untuk semua variabel penelitian dengan rumus yang digunakan menurut Sudjana (2001).

Panjang Kelas = $\frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{banyak kelas Interval}}$

Panjang Kelas = $\frac{5-1}{5} = 0,8$

Adapun kriteria dari penilaian adalah sebagai berikut

Tabel 4.6
Interval Penilaian Jawaban Responden

Interval	Penilaian
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Setuju
1,80–2,59	Tidak Setuju
2,60–3,39	Netral
3,40–4,19	Setuju
4,20–5,00	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan hasil pengolahan data, tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan (X1) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Deskriptif variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Karyawan pegadaian selalu berpenampilan rapi (sesuai syariah) serta ramah dalam melayani nasabah.	0	0	0	45	49	4,52
2	pegadaian memiliki gedung yang bagus dan sangat cocok dalam mendukung kegiatan gadai.	0	0	10	51	33	4,24
3	pegadaian memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi nasabah.	0	0	7	42	45	4,40
4	Nasabah dilayani dengan baik dan menyelesaikan masalah dengan tepat.	0	0	9	41	44	4,37
5	PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.	0	0	11	51	32	4,22
6	Pegawai berdiri menyambut nasabah memberikan senyuman dan salam.	0	0	10	48	36	4,28
7	Pegadaian dapat dipercaya bahwa mempunyai komitmen dalam bidang keuangan	0	0	7	58	28	4,23
8	Pegadaian memberikan jaminan dengan sistem keamanan yang sangat baik.	0	0	9	57	28	4,20
9	Pegadaian selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan gadai kepada nasabah.	0	0	9	58	27	4,19
10	Pegawai mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah.	0	0	7	57	30	4,25
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden							4,29

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden pada kualitas pelayanan sebesar 4,29 dimana nilai tersebut menurut tabel 4.6 adalah penilaian sangat setuju. Hal ini menjelaskan responden menilai sangat baik untuk pernyataan variabel kualitas pelayanan bagi nasabah yang menggunakan jasa gadai syariah. Adapun indikator yang mendapatkan nilai terendah yaitu “Pegadaian selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan gadai kepada nasabah.” dengan nilai rata-ratanya sebesar 4,19. Semua indikator dari kualitas pelayanan dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga variabel kualitas pelayanan sangat baik.

Tabel 4.8
Deskriptif Variabel Citra

No	Pernyataan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Saya selalu mendapatkan ucapan salam dari pegawai pegadaian Syariah Ketika akan bertransaksi	0	0	8	49	37	4,31
2	Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik dari pegawai pegadaian walaupun saya menggadaikan barang yang bernilai rendah	0	0	9	51	34	4,27
3	Saya menilai bahwa kantor pegadaian selalu terlihat rapi dan tertib pada saat hari kerja	0	0	9	57	28	4,20
4	Saya menilai bahwa para pegawai yang ada di pegadaian selalu terlihat rapi dan professional saat kerja	1	0	7	58	28	4,19
5	Pegawai pegadaian tidak mempersulit nasabah ketika	0	0	6	60	28	4,23

	hendak bertransaksi.						
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden							4,24

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden pada citra gadai syariah sebesar 4,24 dimana nilai tersebut menurut tabel 4.6 adalah penilaian sangat setuju. Hal ini menjelaskan responden menilai sangat baik untuk pernyataan variable citra gadai syariah bagi nasabah yang menggunakan jasa gadai Syariah. Adapun indikator yang mendapatkan nilai terendah yaitu “ Saya menilai bahwa para pegawai yang ada di pegadaian selalu terlihat rapi dan profesional saat kerja” dengan nilai rata-ratanya sebesar 4,19. Semua indikator dari citra gadai syariah dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga responden variabel citra gadai syariah sangat baik.

Tabel 4.9
Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
1	Nasabah puas terhadap pelayanan di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam	0	0	5	59	30	4,27
2	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan sangat baik dan sesuai nilai syariah.	0	0	7	58	29	4,23
3	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan.	0	0	14	56	24	4,11
4	Fasilitas yang ada di pegadaian sangat lengkap sehingga nasabah akan kembali menggunakan jasa pegadaian.	0	1	11	60	22	4,10

5	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam pada orang lain.	0	0	10	64	20	4,11
6	PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti <i>customer service</i> , <i>call center</i> dan kotak saran.	0	0	10	59	25	4,16
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden							4,16

Sumber : Data Primer (diolah), 2021

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden pada kepuasan nasabah sebesar 4,16 dimana nilai tersebut menurut tabel 4.6 adalah penilaian setuju. Hal ini menjelaskan responden menilai baik untuk pernyataan variable kepuasan nasabah bagi nasabah yang menggunakan jasa gadai syariah. Adapun indikator yang mendapatkan nilai terendah yaitu “Fasilitas yang ada di pegadaian sangat lengkap sehingga nasabah akan kembali menggunakan jasa pegadaian” dengan nilai rata-ratanya sebesar 4,10. Semua indikator dari kepuasan nasabah dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga responden variabel kepuasan nasabah baik.

1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya

terdistribusi normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52831755
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.054
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan Tabel 4.10 hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0.200 > 0.1$, maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih besar dari 0,1

1.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas (Gujarati, 2012:432). Adapun hasil uji multikolinearitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
x1	.324	3.083
x2	.324	3.083

a. Dependent Variable: y

Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Pada tabel 4.11 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai VIF yaitu sebagai berikut:

1. X1 dengan nilai $VIF = 3.083 < 10$
2. X2 dengan nilai $VIF = 3.083 < 10$

Dari hasil pengolahan tersebut dapat dilihat bahwa nilai VIF (*Varians Inflation Factor*) antara kualitas pelayanan (X1) dan citra (X2), tidak terjadi masalah Multikolinearitas, karena nilai masing-masing VIF lebih kecil dari 10. Dimana jika $VIF < 10$, maka tidak terdapat Multikolinearitas. Kemudian nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan yaitu 0.324 dan citra 0.324. Nilai kedua variabel tersebut lebih besar dari 0,10, maka tidak terdapat Multikolinearitas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

1.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain

tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas adalah uji *Glejser*. Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual yang sama (homoskedastisitas). Jika nilai sig. pada uji *Glejser* untuk setiap variabel bebas lebih kecil dari 0,1 maka terjadi heteroskedastisitas atau disebut varians residual tidak sama. Syarat suatu data bebas dari gejala heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,1$. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat diuraikan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.729	.891		-.819	.415
x1	-.016	.036	-.078	-.442	.660
x2	.124	.067	.330	1.863	.066

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikan (sig) untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar $0.660 > 0.1$ dan citra (X2) sebesar $0.066 > 0.1$. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel kualitas pelayanan (X1) dan citra (X2) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas karena memiliki probabilitas atau

signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,1$. Berarti variabel bebas dalam penelitian ini memenuhi syarat untuk menggunakan analisis regresi. Selebihnya sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam *uji gleser* yang disimpulkan bahwa antara variabel tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

1.6 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan (X1), citra (X2), terhadap kepuasan nasabah (Y). Adapun hasil model regresi dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi dan Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.340	1.555		1.505	.136
	x1	.302	.062	.485	4.843	.000
	x2	.456	.116	.393	3.923	.000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Berdasarkan pada tabel 4.13 maka hasil uji regresi linear berganda di atas dengan menggunakan model persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$KN = 2.340 + 0.302 KP + 0.456 C + e \dots\dots\dots(4.1)$$

Intepretasi :

1. Konstanta sebesar 2.340 artinya jika variabel kualitas pelayanan dan citra konstan maka tingkat kepuasan nasabah 2.340 satu satuan.
2. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.302 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.302 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *Ceteris Paribus*.
3. Koefisien regresi variabel Citra (X2) sebesar 0.456 artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel citra maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.456 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *Ceteris Paribus*.

1.6.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T)

Uji signifikansi parameter individual (uji t) dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak terikat secara individual dan menganggap variabel lain konstan. Adapun hasil uji T (parsial) dapat dilihat pada Tabel 4.8

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa, t_{hitung} pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) sebesar 4.843 dan citra (X2) sebesar 3.923. Disini derajat bebas (df) = $n - k - 1 = 94 - 3 = 91$ maka didapatkan t_{tabel} sebesar 1.29092. Berdasarkan hal tersebut maka:

1. Pada variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki $t_{hitung} = 4.843 > t_{tabel} = 1.29092$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

- 2. Pada variabel Citra (X_2) memiliki $t_{hitung} = 3.923 > t_{tabel} = 1.29092$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya citra secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

1.6.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun hasil Uji F (Simultan) dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.679	2	257.840	108.014	.000 ^b
	Residual	217.225	91	2.387		
	Total	732.904	93			

a. Dependent Variable: y
b. Predictors: (Constant), x_2 , x_1
Sumber : Hasil Output SPSS 22 (2021)

Nilai F_{tabel} berdasarkan tingkat kesalahan 10% atau 0,1 dengan nilai df n_1 yaitu $k-1$ ($3-1$) =2 dan df n_2 yaitu $n-k$ ($94-3$) = 91 F_{tabel} yang didapatkan adalah 2.70. Maka Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $108.014 > 2.70$.

Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan citra (X2), mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap kepuasan nasabah di PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh.

1.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Perhitungan nilai koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variable bebas dalam menjelaskan varians dari variable terikatnya atau untuk menyatakan besarnya kontribusi Variabel X_1 terhadap variable Y. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Uji Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.697	1.54502

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (*adjusted r square*) bernilai sebesar 0,704 yang berarti bahwa 69,7% % dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan citra. Sedangkan 30,3 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

1.7 Pembahasan Hipotesis

1.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil statistik secara parsial menunjukkan hasil kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0.302 dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh yang melakukan jasa gadai Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dalam variable kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan sebesar 30,2 %. Peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, hal ini menurut pendapat nasabah dikarenakan oleh layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan, dan *customer service* melayani setiap keluhan nasabah dengan baik.

Nuralam (2018), menyatakan bahwa layanan adalah suatu aktivitas, keuntungan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berwujud dan tidak menyebabkan pengalihan kepemilikan dimana produksi dapat diikat atau tidak untuk produk fisik.

Dalam menggunakan jasa gadai Syariah ini nasabah di PT. Pegadaian cenderung menggadaikan barangnya karena kebutuhan yang lebih mendesak tetapi pada dasarnya seseorang yang menggadaikan barang sebagai pengganti kebutuhan tersebut tetap memiliki barang tersebut yang dikemudian hari akan dikembalikan atau diambil dengan memberikan biaya jasa atau bunga peminjaman (Wahab, 2017)

Hasil penelitian ini didukung oleh Meilani (2019), Syaifullah dan Mira (2018), Finnora dan Razak (2017), Pontoh, dkk (2014), Diwanti & Anindita (2020), dan Siregar (2018) yang menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

1.7.2 Pengaruh Citra terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil statistik secara parsial menunjukkan hasil citra berpengaruh positif sebesar 0.456 dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh yang melakukan jasa gadai Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dalam variable citra, maka akan meningkatkan citra sebesar 45,6 %.

Citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan, pesaing, mitra dan masyarakat pada umumnya, dalam hal ini citra perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian.

Peningkatan citra perusahaan PT.Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh menurut nasabah karena kualitas layanan yang bagus, memberikan kenyamanan kepada nasabah dan adanya hubungan kepercayaan antar pegadaian dengan nasabah kemudian karyawan pegadaian memiliki moral yang baik dalam melayani

nasabah sehingga citra perusahaan dengan sendirinya akan meningkat

Hasil penelitian ini didukung oleh Meilani (2019), Syaifullah dan Mira (2018), Finnora dan Razak (2017), dan Pontoh, dkk (2014) yang menunjukkan citra mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari uraian hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat diambil sebagai berikut :

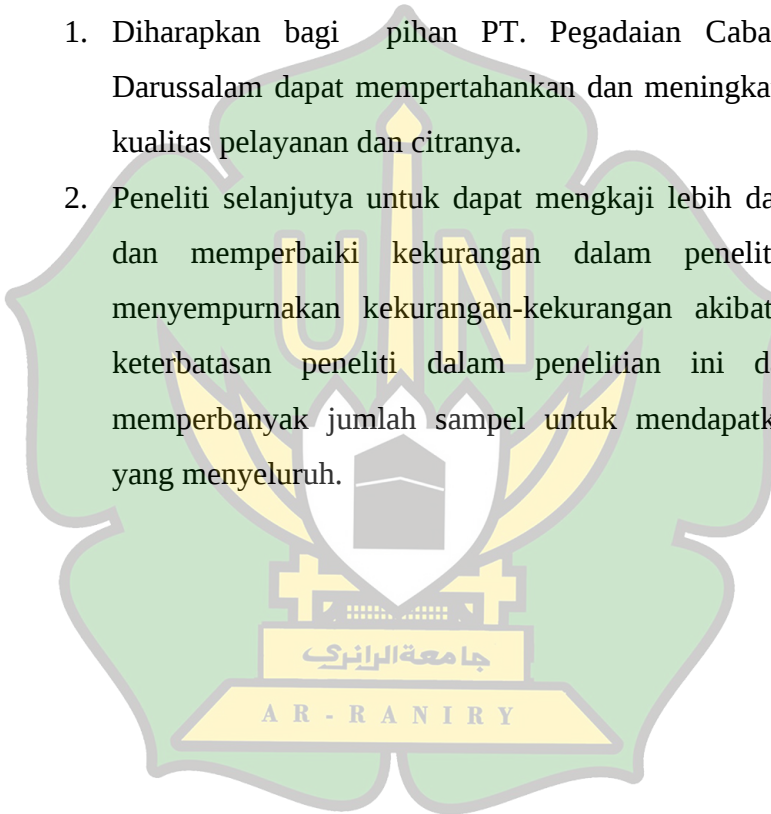
1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. dimana dapat ditunjukkan bahwa modal sebesar 0.302 atau 30,2% dan memiliki signifikan sebesar $0.000 < 0,1$ artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.302 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *ceteris paribus*.
2. Variabel citra gadai syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. dimana dapat ditunjukkan bahwa modal sebesar 0.456 atau 45,6% dan memiliki signifikan sebesar $0.000 < 0,1$ artinya setiap ada kenaikan satu satuan pada variabel citra gadai syariah maka dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0.456 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan/ *ceteris paribus*.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, variabel kualitas pelayanan dan citra gadai syariah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah, dengan nilai uji F sebesar 108.014 dengan F-tabel sebesar 2.70 dan memiliki tingkat signifikan sebesar $0.000 < 0,1$, maka dapat

dikatakan variable independent secara bersama-sama berpengaruh.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas penulis ingin memberikan beberapa masukan antara lain sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi pihan PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi kualitas pelayanan dan citranya.
2. Peneliti selanjutya untuk dapat mengkaji lebih dalam lagi dan memperbaiki kekurangan dalam penelitian ini, menyempurnakan kekurangan-kekurangan akibat adanya keterbatasan peneliti dalam penelitian ini dan juga memperbanyak jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.



DAFTAR PUSTAKA

- Anshori G, Abdul. (2006). *Gadai Syariah di Indonesia konsep implementasi dan insitusionalisasi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Arif, M. Nur Rianto Al. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar-dasar pemasaran bank Syariah*. Bandung : ALFABETA
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya)*. Jakarta: Kencana.
- Diwanti, P, D dan Anindita, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Brand Equity* Pegadaian Syariah Digital Terhadap Kepuasan Nasabah . *Jurnal Ekonomi Islam*. 11(2)
- Finnora, E dan Razak, I. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 5(2)
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponogoro.
- Indahingwati, Asmara. 2019. *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia*. Surabaya: CV Jakad.
- Kasmir. 2005. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Michael B. Pontoh, B, M, Kawet, L & Tumbuan, A, W. (2014). Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bri Cabang Manado. *Jurnal EMBA*. 2(3)
- Meilani, A, L. (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*. 2(2)
- Mujahidin, Ahmad. (2016). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Mulyaningsih, L. A dan Suasana, I. G. A. K, G. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Persahaan terhadap Kepuasan

- Nasabah pada Bank OCBC NISP di Denpasar. *Jurnal Manajemen Unud*. 5(1)
- Nuralam, Inggang Perwangsa. 2017. *Etika Pemasar Dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press.
- Pegadaian.co.id, 2019. *Visi dan misi pegadaian syariah*. <http://www.pegadaian.co.id/info-visi-misi.php> diakses pada Tanggal 10 Juli 2021. Banda Aceh
- Rahayu, B. S., dan Saryanti, E. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal Advance*. 1(2)
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Customer Care Excellence: Meningkatkan Kinerja Perusahaan Melalui Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simanora, B. (2008). *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, H, L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Gadai Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Cabang Medan Marelan). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Public*. 8(2).
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sudjana, 2001, *Metode Statistika*, Edisi Revisi, Cet. 6, Bandung: Tarsito.
- Sutedi, Adrian. (2011). *Hukum Gadai Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Syaifullah Dan Mira. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam . *JIP UPB*. 6(2)
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Wahab, W. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*. 2(1)
- Witara, K. 2018. *Cara Singkat Memahami Sistem Manajemen Mutu ISO 9001: 2015 Dan Implementasinya*. Jawa Barat: CV Jejak.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuosioner



KUESIONER PENELITIAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM DARUSSALAM BANDA ACEH

Responden Yth,

Bapak/ibu saudara (i) yang saya hormati, saya Hilyatul Aulia mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sedang melakukan penelitian pada nasabah PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam, adapun judul penelitian saya yaitu **“Pengaruh Pelayanan Dan Citra Gadai Syari’ah Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Layanan Gadai Pada PT. Pegadaian Cabang UPS Darussalam Banda Aceh**

Mengingat pentingnya data ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan hanya di gunakan untuk penelitian dan di jamin kerahasiaanya. Atas perhatian dan waktu Bapak/Ibu/Saudara(i) Saya Ucapkan terimakasih.

Petunjuk pengisian :

Isilah pertanyaan berikut ini dengan melingkari (O) salah satu pilihan yang sesuai dengan identitas anda.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan



3. Usia:
 - a. 17-20 tahun b. 20-30 tahun c. 30-40 tahun d. > 50 tahun
4. Agama:
 - a. Islam
 - b. Lainnya (sebutkan)
5. Pekerjaan:
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Anggota TNI/POLRI
 - c. PNS
 - d. Karyawan/pegawai
 - e. Lainnya (sebutkan)

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda (✓) pada kolom yang telah di sediakan sesuai dengan penilaian anda.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Kualitas Layanan (X1)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1

1	Karyawan pegadaian selalu berpenampilan rapi (sesuai syariah) serta ramah dalam melayani nasabah.					
2	pegadaian memiliki gedung yang bagus dan sangat cocok dalam mendukung kegiatan gadai.					
3	pegadaian memiliki ruang tunggu yang nyaman bagi nasabah.					
4	Nasabah dilayani dengan baik dan menyelesaikan masalah dengan tepat.					
5	PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.					
6	Pegawai berdiri menyambut nasabah memberikan senyuman dan salam.					
7	Pegadaian dapat dipercaya bahwa mempunyai komitmen dalam bidang keuangan.					
8	Pegadaian memberikan jaminan dengan sistem keamanan yang sangat baik.					
9	Pegadaian selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan gadai kepada nasabah.					
10	Pegawai mempunyai interaksi yang baik dengan nasabah.					

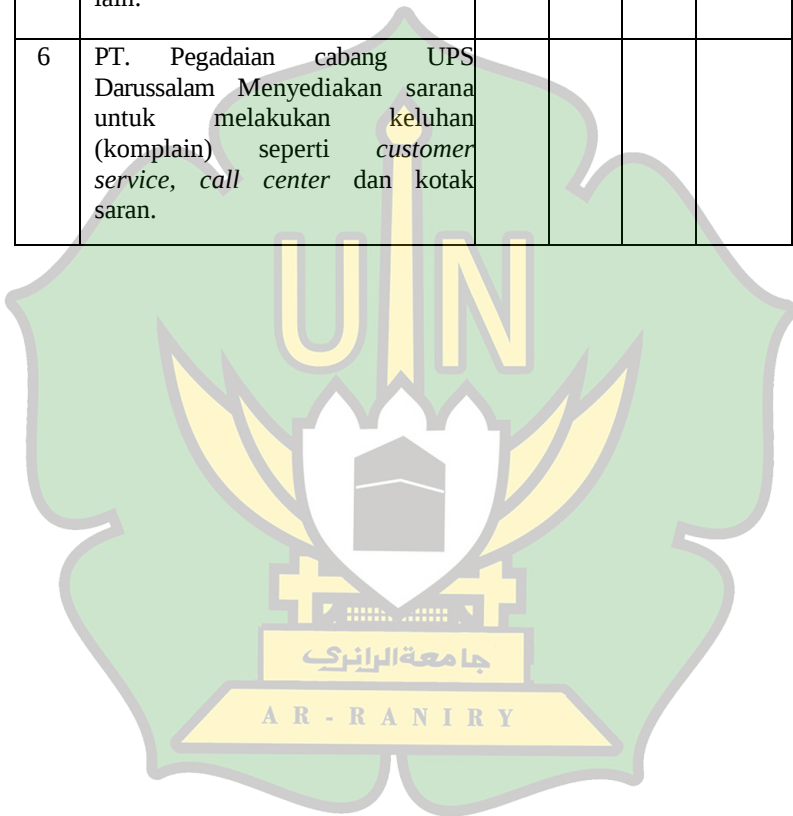
Citra Gadaai Syariah (X2)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya selalu mendapatkan ucapan salam dari pegawai pegadaian Syaria'ah Ketika akan bertransaksi					
2	Saya selalu mendapatkan pelayanan yang baik dari pegawai pegadaian walaupun saya menggadaikan barang yang bernilai rendah					
3	Saya menilai bahwa kantor pegadaian selalu terlihat rapi dan tertib pada saat hari kerja					
4	Saya menilai bahwa para pegawai yang ada di pegadaian selalu terlihat rapi dan professional saat kerja					
5	Pegawai pegadaian tidak mempersulit nasabah ketika hendak bertransaksi.					

Kepuasan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Nasabah puas terhadap pelayanan di PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam					
2	Kualitas pelayanan yang diberikan karyawan sangat baik dan sesuai nilai syariah.					
3	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan.					

4	Fasilitas yang ada di pegadaian sangat lengkap sehingga nasabah akan kembali menggunakan jasa pegadaian.					
5	Nasabah bersedia untuk merekomendasikan PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam pada orang lain.					
6	PT. Pegadaian cabang UPS Darussalam Menyediakan sarana untuk melakukan keluhan (komplain) seperti <i>customer service</i> , <i>call center</i> dan kotak saran.					



Lampiran 2 : Data Responden

X 1 . 1	X 1 . 2	X 1 . 3	X 1 . 4	X 1 . 5	X 1 . 6	X 1 . 7	X 1 . 8	X 1 . 9	X 1 . 10	X 2 . 1	X 2 . 2	X 2 . 3	X 2 . 4	X 2 . 5	X 2 . 6	Y . 1	Y . 2	Y . 3	Y . 4	Y . 5	Y . 6	Y . 7	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	7	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	1
5	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	1	8	3	3	3	3	3	1
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2
5	3	5	4	4	3	5	5	3	5	2	3	3	4	4	4	1	8	4	4	4	3	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	9	3	4	4	4	3	2
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	2

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2
4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	1	9	4	4	4	2	4	4	2
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	7	4	3	4	3	4	1	8	4	4	3	3	3	4	1
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	7	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	9
4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	0	4	4	4	4	4	2	0	4	3	3	4	5	3	2
4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5
4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	3	1	7	4	4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	0
4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	9	4	3	4	4	4	1	9	4	4	3	3	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	0	4	3	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	0
4	3	3	4	4	4	4	3	5	4	8	4	8	4	5	4	4	4	2	1	4	4	3	4	3	4	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	5	3	3	3	3	3	3	8
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	5	3	3	3	3	3	3	8
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	8	4	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	5	0
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4

5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	2
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0
4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	7	4	4	3	3	4	8	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	5	3	4	3	3	4	7	4	4	3	3	1
5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	6	4	5	5	5	3	2	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0
5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	3
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2	4	4	5	6
5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	6	5	4	4	4	5	2	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	5	5	4	4	2	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	0	5	4	5	6
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	2	4	5	4	5
4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	0	5	5	4	6
5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4	1	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	1	4	4	5	6
4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	0	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	1	4	5	4	4	4	1	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	1	4	4	5	5

4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	3	4	2
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	1	5	4	3	4	4	2
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	4	2	1	4	5	3	4	4	2
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	3	4	2	0	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5	2	1	4	5	4	4	4	2
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	2	1	4	4	4	4	4	2
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	2	1	4	4	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	1	9	4	4	4	4	4	2
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	6	3	4	3	4	4	4	1	8	4	4	4	4	3	2
5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	0	5	4	4	4	2	2	4	3	3	4	5	2
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	0	4	5	4	4	4	2
4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	0	4	5	4	4	2	1	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	5	4	2
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	2
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	9	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	4	5	2
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	8	3	4	3	4	4	4	4	1	9	4	4	4	3	4	2
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	4	2	1	4	5	4	4	4	2
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	8	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3

5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	8	5	5	5	1	4	2	5	4	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	8	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	4	2	4	5	4	5	5	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	5	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	5	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	2
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	8	5	5	5	5	4	2	4	5	4	4	4	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	5	4	2
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	2	3	4	4	4	4	4	2
4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	7	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	5	2
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	7	4	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	5	2
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	6	4	4	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	2	3	5	5	5	5	4	2
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	6	4	4	4	4	4	2	0	5	5	4	4	4	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	2
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	2
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	2	3	4	4	5	4	4	2
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	0	5	4	5	4	4	2
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	4	2

5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	2	3	5	4	4	4	4	5	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	0	5	4	4	5	4	2	5	5	4	5	5	5	2
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	9	5	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	4	2



x1.7 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.317 ** .002 94	.401 ** .000 94	.330 ** .001 94	.479 ** .000 94	.555 ** .000 94	.489 ** .000 94	1 94	.736 ** .000 94	.530 ** .000 94	.534 ** .000 94	.720 ** .000 94
x1.8 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.434 ** .000 94	.493 ** .000 94	.411 ** .000 94	.575 ** .000 94	.470 ** .000 94	.495 ** .000 94	.736 ** .000 94	1 94	.528 ** .000 94	.600 ** .000 94	.769 ** .000 94
x1.9 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.348 ** .001 94	.533 ** .000 94	.397 ** .000 94	.507 ** .000 94	.537 ** .000 94	.479 ** .000 94	.530 ** .000 94	.528 ** .000 94	1 94	.582 ** .000 94	.732 ** .000 94
x1.10 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.369 ** .000 94	.420 ** .000 94	.493 ** .000 94	.634 ** .000 94	.486 ** .000 94	.563 ** .000 94	.534 ** .000 94	.600 ** .000 94	.582 ** .000 94	1 94	.763 ** .000 94
x1 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	.604 ** .000 94	.797 ** .000 94	.715 ** .000 94	.833 ** .000 94	.798 ** .000 94	.687 ** .000 94	.720 ** .000 94	.769 ** .000 94	.732 ** .000 94	.763 ** .000 94	1 94

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

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

Uji Validitas Citra Gadai Syariah

		Correlations					
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.671**	.582**	.482**	.596**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
x2.2	Pearson Correlation	.671**	1	.517**	.422**	.437**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
x2.3	Pearson Correlation	.582**	.517**	1	.610**	.503**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
x2.4	Pearson Correlation	.482**	.422**	.610**	1	.491**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94
x2.5	Pearson Correlation	.596**	.437**	.503**	.491**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94
x2	Pearson Correlation	.843**	.774**	.812**	.769**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94

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

Uji Validitas Kepuasan Nasabah

		Correlations						
		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	Y
y.1	Pearson Correlation	1	.614**	.536**	.488**	.571**	.625**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94

y.2	Pearson Correlation	.614**	1	.494**	.566**	.558**	.614**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
y.3	Pearson Correlation	.536**	.494**	1	.631**	.487**	.530**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
y.4	Pearson Correlation	.488**	.566**	.631**	1	.620**	.483**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
y.5	Pearson Correlation	.571**	.558**	.487**	.620**	1	.567**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
y.6	Pearson Correlation	.625**	.614**	.530**	.483**	.567**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94	94	94
Y	Pearson Correlation	.796**	.803**	.780**	.801**	.792**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94	94	94

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

Uji Reliabilitas kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	11

Uji Reliabilitas Citra Gadai Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	7

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52831755
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.054
	Negative	-.065
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.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.340	1.555		1.505	.136		
	x1	.302	.062	.485	4.843	.000	.324	3.083
	x2	.456	.116	.393	3.923	.000	.324	3.083

a. Dependent Variable: y

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.729	.891		-.819	.415		
	x1	-.016	.036	-.078	-.442	.660	.324	3.083
	x2	.124	.067	.330	1.863	.066	.324	3.083

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil Regresi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.340	1.555		1.505
	x1	.302	.062	.485	4.843
	x2	.456	.116	.393	3.923

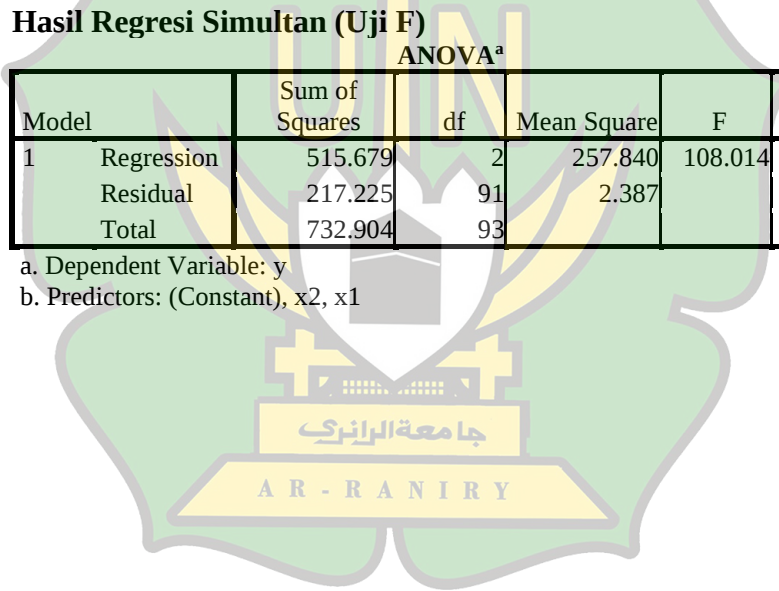
a. Dependent Variable: y

Hasil Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	515.679	2	257.840	108.014
	Residual	217.225	91	2.387	
	Total	732.904	93		

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1



Lampiran 4 :Titik Persentase Distribusi t (df = 1 -100)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563

38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804

79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
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
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



Lampiran 5: Tabel R untuk df = 81 - 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
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

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

Lampiran 6 : Tabel F

df untuk penye- but (N2)	df untuk pem- bilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35
9	5.12	4.26	3.87	3.64	3.49	3.38	3.29	3.23	3.18	3.14
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.21	3.09	3.01	2.94	2.89	2.85
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.84	2.79	2.75
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.91	2.83	2.76	2.71	2.67
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.84	2.75	2.68	2.63	2.59
15	4.54	3.68	3.28	3.05	2.90	2.78	2.69	2.62	2.57	2.53
16	4.49	3.63	3.23	3.00	2.85	2.73	2.64	2.57	2.52	2.48
17	4.45	3.59	3.19	2.96	2.81	2.69	2.60	2.53	2.48	2.44
18	4.41	3.55	3.15	2.92	2.77	2.65	2.56	2.49	2.44	2.40
19	4.38	3.52	3.12	2.89	2.74	2.62	2.53	2.46	2.41	2.37

		2	3	0	4	3	4	8	2	8
20	4.35	3.4 9	3.1 0	2.8 7	2.7 1	2.6 0	2.5 1	2.4 5	2.3 9	2.3 5
21	4.32	3.4 7	3.0 7	2.8 4	2.6 8	2.5 7	2.4 9	2.4 2	2.3 7	2.3 2
22	4.30	3.4 4	3.0 5	2.8 2	2.6 6	2.5 5	2.4 6	2.4 0	2.3 4	2.3 0
23	4.28	3.4 2	3.0 3	2.8 0	2.6 4	2.5 3	2.4 4	2.3 7	2.3 2	2.2 7
24	4.26	3.4 0	3.0 1	2.7 8	2.6 2	2.5 1	2.4 2	2.3 6	2.3 0	2.2 5
25	4.24	3.3 9	2.9 9	2.7 6	2.6 0	2.4 9	2.4 0	2.3 4	2.2 8	2.2 4
26	4.23	3.3 7	2.9 8	2.7 4	2.5 9	2.4 7	2.3 9	2.3 2	2.2 7	2.2 2
27	4.21	3.3 5	2.9 6	2.7 3	2.5 7	2.4 6	2.3 7	2.3 1	2.2 5	2.2 0
28	4.20	3.3 4	2.9 5	2.7 1	2.5 6	2.4 5	2.3 6	2.2 9	2.2 4	2.1 9
29	4.18	3.3 3	2.9 3	2.7 0	2.5 5	2.4 3	2.3 5	2.2 8	2.2 2	2.1 8
30	4.17	3.3 2	2.9 2	2.6 9	2.5 3	2.4 2	2.3 3	2.2 7	2.2 1	2.1 6
31	4.16	3.3 0	2.9 1	2.6 8	2.5 2	2.4 1	2.3 2	2.2 5	2.2 0	2.1 5
32	4.15	3.2 9	2.9 0	2.6 7	2.5 1	2.4 0	2.3 1	2.2 4	2.1 9	2.1 4
33	4.14	3.2 8	2.8 9	2.6 6	2.5 0	2.3 9	2.3 0	2.2 3	2.1 8	2.1 3
34	4.13	3.2 8	2.8 8	2.6 5	2.4 9	2.3 8	2.2 9	2.2 3	2.1 7	2.1 2
35	4.12	3.2 7	2.8 7	2.6 4	2.4 9	2.3 7	2.2 9	2.2 2	2.1 6	2.1 1
36	4.11	3.2 6	2.8 7	2.6 3	2.4 8	2.3 6	2.2 8	2.2 1	2.1 5	2.1 1
37	4.11	3.2 5	2.8 6	2.6 3	2.4 7	2.3 6	2.2 7	2.2 0	2.1 4	2.1 0
38	4.10	3.2 4	2.8 5	2.6 2	2.4 6	2.3 5	2.2 6	2.1 9	2.1 4	2.0 9
39	4.09	3.2 4	2.8 5	2.6 1	2.4 6	2.3 4	2.2 6	2.1 9	2.1 3	2.0 8
40	4.08	3.2 3	2.8 4	2.6 1	2.4 5	2.3 4	2.2 5	2.1 8	2.1 2	2.0 8
41	4.08	3.2	2.8	2.6	2.4	2.3	2.2	2.1	2.1	2.0

		3	3	0	4	3	4	7	2	7
42	4.07	3.2 2	2.8 3	2.5 9	2.4 4	2.3 2	2.2 4	2.1 7	2.1 1	2.0 6
43	4.07	3.2 1	2.8 2	2.5 9	2.4 3	2.3 2	2.2 3	2.1 6	2.1 1	2.0 6
44	4.06	3.2 1	2.8 2	2.5 8	2.4 3	2.3 1	2.2 3	2.1 6	2.1 0	2.0 5
45	4.06	3.2 0	2.8 1	2.5 8	2.4 2	2.3 1	2.2 2	2.1 5	2.1 0	2.0 5
46	4.05	3.2 0	2.8 1	2.5 7	2.4 2	2.3 0	2.2 2	2.1 5	2.0 9	2.0 4
47	4.05	3.2 0	2.8 0	2.5 7	2.4 1	2.3 0	2.2 1	2.1 4	2.0 9	2.0 4
48	4.04	3.1 9	2.8 0	2.5 7	2.4 1	2.2 9	2.2 1	2.1 4	2.0 8	2.0 3
49	4.04	3.1 9	2.7 9	2.5 6	2.4 0	2.2 9	2.2 0	2.1 3	2.0 8	2.0 3
50	4.03	3.1 8	2.7 9	2.5 6	2.4 0	2.2 9	2.2 0	2.1 3	2.0 7	2.0 3
51	4.03	3.1 8	2.7 9	2.5 5	2.4 0	2.2 8	2.2 0	2.1 3	2.0 7	2.0 2
52	4.03	3.1 8	2.7 8	2.5 5	2.3 9	2.2 8	2.1 9	2.1 2	2.0 7	2.0 2
53	4.02	3.1 7	2.7 8	2.5 5	2.3 9	2.2 8	2.1 9	2.1 2	2.0 6	2.0 1
54	4.02	3.1 7	2.7 8	2.5 4	2.3 9	2.2 7	2.1 8	2.1 2	2.0 6	2.0 1
55	4.02	3.1 6	2.7 7	2.5 4	2.3 8	2.2 7	2.1 8	2.1 1	2.0 6	2.0 1
56	4.01	3.1 6	2.7 7	2.5 4	2.3 8	2.2 7	2.1 8	2.1 1	2.0 5	2.0 0
57	4.01	3.1 6	2.7 7	2.5 3	2.3 8	2.2 6	2.1 8	2.1 1	2.0 5	2.0 0
58	4.01	3.1 6	2.7 6	2.5 3	2.3 7	2.2 6	2.1 7	2.1 0	2.0 5	2.0 0
59	4.00	3.1 5	2.7 6	2.5 3	2.3 7	2.2 6	2.1 7	2.1 0	2.0 4	2.0 0
60	4.00	3.1 5	2.7 6	2.5 3	2.3 7	2.2 5	2.1 7	2.1 0	2.0 4	1.9 9
61	4.00	3.1 5	2.7 6	2.5 2	2.3 7	2.2 5	2.1 6	2.0 9	2.0 4	1.9 9
62	4.00	3.1 5	2.7 5	2.5 2	2.3 6	2.2 5	2.1 6	2.0 9	2.0 3	1.9 9
63	3.99	3.1	2.7	2.5	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9

		4	5	2	6	5	6	9	3	8
64	3.99	3.1 4	2.7 5	2.5 2	2.3 6	2.2 4	2.1 6	2.0 9	2.0 3	1.9 8
65	3.99	3.1 4	2.7 5	2.5 1	2.3 6	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 3	1.9 8
66	3.99	3.1 4	2.7 4	2.5 1	2.3 5	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 3	1.9 8
67	3.98	3.1 3	2.7 4	2.5 1	2.3 5	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1.9 8
68	3.98	3.1 3	2.7 4	2.5 1	2.3 5	2.2 4	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1.9 7
69	3.98	3.1 3	2.7 4	2.5 0	2.3 5	2.2 3	2.1 5	2.0 8	2.0 2	1.9 7
70	3.98	3.1 3	2.7 4	2.5 0	2.3 5	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 2	1.9 7
71	3.98	3.1 3	2.7 3	2.5 0	2.3 4	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1.9 7
72	3.97	3.1 2	2.7 3	2.5 0	2.3 4	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1.9 6
73	3.97	3.1 2	2.7 3	2.5 0	2.3 4	2.2 3	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1.9 6
74	3.97	3.1 2	2.7 3	2.5 0	2.3 4	2.2 2	2.1 4	2.0 7	2.0 1	1.9 6
75	3.97	3.1 2	2.7 3	2.4 9	2.3 4	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 1	1.9 6
76	3.97	3.1 2	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 1	1.9 6
77	3.97	3.1 2	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 0	1.9 6
78	3.96	3.1 1	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 0	1.9 5
79	3.96	3.1 1	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 2	2.1 3	2.0 6	2.0 0	1.9 5
80	3.96	3.1 1	2.7 2	2.4 9	2.3 3	2.2 1	2.1 3	2.0 6	2.0 0	1.9 5
81	3.96	3.1 1	2.7 2	2.4 8	2.3 3	2.2 1	2.1 2	2.0 5	2.0 0	1.9 5
82	3.96	3.1 1	2.7 2	2.4 8	2.3 3	2.2 1	2.1 2	2.0 5	2.0 0	1.9 5
83	3.96	3.1 1	2.7 1	2.4 8	2.3 2	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1.9 5
84	3.95	3.1 1	2.7 1	2.4 8	2.3 2	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1.9 5
85	3.95	3.1	2.7	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.9

		0	1	8	2	1	2	5	9	4
86	3.95	3.1 0	2.7 1	2.4 8	2.3 2	2.2 1	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1.9 4
87	3.95	3.1 0	2.7 1	2.4 8	2.3 2	2.2 0	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1.9 4
88	3.95	3.1 0	2.7 1	2.4 8	2.3 2	2.2 0	2.1 2	2.0 5	1.9 9	1.9 4
89	3.95	3.1 0	2.7 1	2.4 7	2.3 2	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 9	1.9 4
90	3.95	3.1 0	2.7 1	2.4 7	2.3 2	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 9	1.9 4
91	3.95	3.1 0	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 4
92	3.94	3.1 0	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 4
93	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 3
94	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 3
95	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.2 0	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 3
96	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.1 9	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 3
97	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 7	2.3 1	2.1 9	2.1 1	2.0 4	1.9 8	1.9 3
98	3.94	3.0 9	2.7 0	2.4 6	2.3 1	2.1 9	2.1 0	2.0 3	1.9 8	1.9 3

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

Lampiran 6 : Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790

28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
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

