

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PENGETAHUAN, DAN INFORMASI PRODUK TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH CABANG BANDA ACEH



Disusun Oleh:

**FERA INDRIA PUTRI
NIM. 190603337**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Fera Indria Putri
NIM : 190603337
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

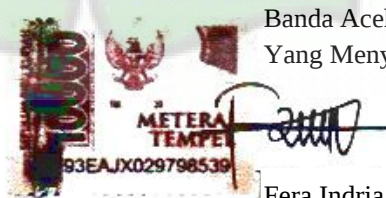
Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan bertanggungjawabkan.***
- 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. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan 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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 1 Januari 2022
Yang Menyatakan,



Fera Indria Putri

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

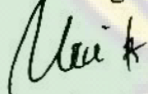
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

Disusun Oleh:

Fera Indria Putri
NIM. 190603337

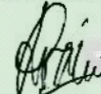
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan
formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program
Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

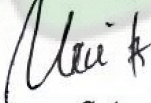
Pembimbing II



Riza Aulia, S.E.I., M.Sc.
NIP. 198801302018031001

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah



Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

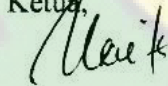
Fera Indria Putri
NIM. 190603337

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 Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: 7 Januari 2022 M
Jumat, 4 Jumadil Akhir 1443 H

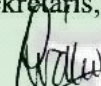
Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



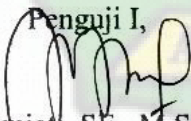
Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

Sekretaris,



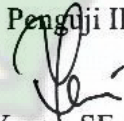
Riza Aulia, S.E.I., M.Sc.
NIP. 198801302018031001

Penguji I,



Ayumiati, SE., M.Si
NIP. 197806152009122002

Penguji II,



Evri Yenni, SE., M.Si
NIDN. 2013048301



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bsnis 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. Syekh 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.i

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fera Indria Putri
NIM : 190603337
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : Ferraindriaputri@gmail.com

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 ☐ KKU ☐ Skripsi ☐

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang 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: 27 Februari 2022

Mengetahui:

Penulis

Fera Indria Putri

Pembimbing I

Dr. Nevi Husnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

Pembimbing II

Riza Aulia, S.E.I., M.Sc.
NIP. 198801302018031001

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil'alamin,

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh”**. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan dan memberi inspirasi kepada penulis untuk selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya sekaligus mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E., M.Si. selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph. D. selaku Ketua Laboratorium dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc. selaku Sekretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Pembimbing I dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc. selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ayumiati, S.E., M.Si. selaku penguji I dan Evri Yenni, SE., M.Si selaku penguji II yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses sidang berlangsung.
6. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Penasehat Akademik Kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.
7. Orang tua tercinta Ayahanda Lidan Syahrani dan Ibunda Intan Jauhari, Sp.d yang senantiasa mendoakan dan

menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Terimakasih juga kepada Kakak saya Fina Syafia Jurini, Amd. Keb, Abang ipar Wira Hadiano, SP., M. Si. dan Keponakan yang sangat saya sayangi Muhammad Annasrul Hadi karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan saya tanpa henti agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

8. Kepada Teuku Raja Jufrijal, Putri Nur Seha Balqis, Naurah Kamilia, Cut Intan Revadini, dan Wanda Alfiani yang sangat berjasa dalam segala hal terutama membantu penulis dalam suka maupun duka, memberikan dukungan moril dan materil. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

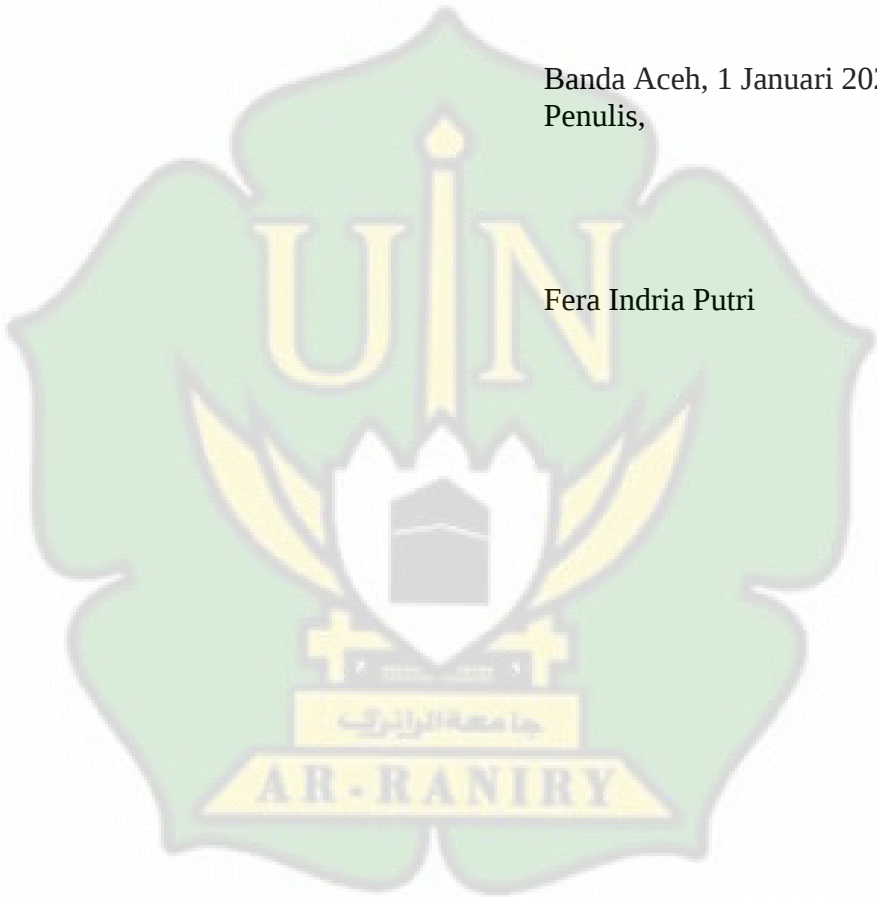
Semoga segala jasa bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang.

Akhir kata kita berdoa kehadiran Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan.

Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 1 Januari 2022
Penulis,

Fera Indria Putri



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

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

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	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	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

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>Faṭḥah</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
أَيّ	<i>Faṭḥah</i> dan ya	Ai
أَوْ	<i>Faṭḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

Kaifa : كيف

Haula : هؤل

3. Maddah

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اِيْ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
وِ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qīla : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

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

b. Ta *marbutah* (ة) mati

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

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

Contoh:

rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatulatfāl:

al-Madīnah al-Munawwarah/:

Ṭalḥah:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

طَلْحَةُ

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 : Fera Indria Putri
NIM : 190603337
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam /
Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan,
Pengetahuan, dan Informasi Produk
Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada
Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk terhadap minat menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan teknik *simple random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Data penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner dengan pengolahannya menggunakan SPSS 23. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode analisis data model regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) dan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan informasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, Informasi Produk, Minat Menjadi Nasabah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI.....	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN....	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 10
2.1 Minat.....	10
2.1.1 Proses Terbentuknya Minat.....	12
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	13
2.1.3 Indikator Minat.....	14
2.2 Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.1 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	17
2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
2.3 Pengetahuan.....	19
2.3.1 Pengetahuan Dalam Perspektif Islam.....	20
2.3.2 Sumber Pengetahuan.....	21
2.3.3 Jenis Pengetahuan.....	22
2.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan.....	24

2.3.5 Indikator Pengetahuan	26
2.4 Informasi Produk.....	27
2.4.1 Informasi Produk Dalam Perspektif Islam	29
2.4.2 Indikator Informasi Produk	31
2.5 Penelitian Terdahulu	32
2.6 Kerangka Berpikir	35
2.7 Hipotesis.....	37
2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah	37
2.7.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah.....	38
2.7.3 Pengaruh Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	40
3.3 Data Dan Teknik Perolehannya	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	42
3.5 Variabel Penelitian.....	43
3.5.1 Variabel Dependen (Y)	43
3.5.1 Variabel Independen (X).....	44
3.6 Skala Pengukuran.....	45
3.7 Uji Instrumen Penelitian	46
3.7.1 Uji Validitas.....	46
3.7.2 Uji Reliabilitas	46
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.1 Uji Normalitas	47
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	48
3.8.3 Uji Multikolinieritas	48
3.9 Uji Regresi Linear Berganda.....	49
3.10 Uji Hipotesis	50
3.10. 1 Uji Parsial (Uji-t)	50
3.10.2 Uji Simultan (Uji-F).....	50
3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh	52
4.1.1 Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh...	52
4.1.2 Visi dan Misi Pegadaian Syariah.....	53
4.1.3 Produk-Produk Pegadaian Syariah	54
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..	59
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Rahn.....	61
4.3 Hasil Penelitian	62
4.3.1 Statistik Deskriptif	62
4.3.2 Uji Validitas.....	63
4.3.3 Uji Reliabilitas	65
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	66
4.3.4.1 Uji Normalitas	66
4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas	68
4.3.4.3 Uji Multikolonieritas	69
4.3.5 Analisis Linear Berganda	70
4.3.6 Uji Hipotesis (Uji-t).....	71
4.3.7 Uji Simultan (Uji-F)	72
4.4 Pembahasan.....	74
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah	74
4.4.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah .	76
4.4.3 Pengaruh Informasi Produk Terhadap Minat Nasabah	77
4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Nasabah.....	78

BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	86



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah nasabah Produk Rahn Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh	4
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	31
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonieritas	69
Tabel 4.5 Hasil Regresi Linear Berganda	70
Tabel 4.6 Hasil Uji-t	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Simultan	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	58
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Rahn	61
Gambar 4.6 Histogram.....	66
Gambar 4.7 Normal <i>probability plot</i>	67
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas.....	68



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2 Statistik Deskriptif	91
Lampiran 3 Uji Validitas.....	91
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 5 Uji Normalitas.....	92
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas.....	93
Lmapiran 7 Uji Multikolinieritas.....	94
Lampiran 8 Analisis Regresi Berganda.....	94
Lampiran 9 Uji-t.....	94
Lampiran 10 Uji Simultan (Uji-F).....	94
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95
Lampiran 12 Hasil Kuesioner.....	95

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia tidak pernah putus dari kata krisis ekonomi. Bagi masyarakat golongan menengah ke bawah dalam menjalankan usahanya banyak mengalami masalah terutama disegi permodalan. Kemunculan lembaga keuangan syariah saat ini, sangat banyak membantu dan mendukung keberlangsungan pertumbuhan perekonomian dengan memberdayakan ekonomi masyarakat. Lembaga keuangan syariah memiliki peran penting sebagai mediator antara orang yang membutuhkan dana dengan orang yang kekurangan dana. Kini masyarakat mulai memanfaatkan pegadaian sebagai salah satu alternatif untuk mendapatkan pembiayaan disamping lembaga keuangan bank lainnya yang pada umumnya menawarkan proses pengajuan pembiayaan yang rumit. Usaha gadai telah dikenal masyarakat secara luas sejak dahulu. Usaha gadai juga telah menjadi solusi pendanaan, terhindar dari lingkaran rentenir dan pinjaman yang tidak wajar, dan sistem bunga. Pinjaman yang diberikan di pegadaian syariah bisa berskala kecil, cepat, aman dan tidak rumit. Usaha gadai terus menunjukkan perkembangan yang sangat baik.

Salah satu lembaga keuangan syariah yang berkembang sekarang ini adalah PT Pegadaian Syariah. PT Pegadaian Syariah (persero) salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang

bergerak dalam menyalurkan dana atas dasar hukum gadai dengan menyediakan pelayanan umum sekaligus memupuk keuntungan berdasarkan prinsip syariah. Adapun pegadaian syariah merupakan suatu lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu asas rasionalitas, efisiensi dan efektivitas, yang diselenggarakan dengan nilai islam. Fungsi operasi pegadaian syariah dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah/ Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Sebagai satu unit organisasi dibawah binaan Devisi Usaha Lain Perum Pegadaian dimana salah satunya adalah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

Oleh karena itu bagi masyarakat Aceh yang membutuhkan dana mendesak beralih kepada produk PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Karakteristik produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah yaitu tidak menetapkan bunga dalam berbagai bentuk dikarenakan termasuk ke dalam riba yang diharamkan dalam Islam, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas yang diperdagangkan, serta keuntungan yang diperoleh berasal dari biaya jasa simpan barang dengan memberlakukan biaya pemeliharaan atas barang yang digadaikan sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari jumlah pinjaman. Hal tersebut menjadi daya tarik dari pegadaian syariah dalam upaya menarik minat nasabah untuk memilih dan menggunakan produk dan jasa pegadaian syariah (Hadijah, 2015).

Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh memiliki beberapa jenis produk, antara lain *Ar Rahn* yaitu pinjaman (pembiayaan) untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai syariah Islam dengan agunan berupa perhiasan emas, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor (Hadi, 2003:61). Selain itu, *Arrum* merupakan produk pegadaian yang melayani skema pinjaman berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha melalui sistem pengembalian secara angsuran. Jaminan berupa BPKP kendaraan sehingga fisik kendaraan tetap berada di tangan nasabah untuk kebutuhan operasional usaha. Mulia adalah penjualan emas yang dilakukan pegadaian kepada masyarakat secara tunai ataupun angsuran dalam jangka waktu tertentu.

Namun fokus penelitian ini adalah pada produk Gadai (*Rahn*). Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh menyatakan bahwa produk pembiayaan *Arrum* dan Mulia tidak terlalu banyak diminati karena produk *Arrum* dan Mulia merupakan produk yang masih tergolong baru bagi masyarakat. Sehingga, masyarakat lebih banyak menggunakan produk gadai syariah yang mengacu pada 4 tarif ijarah dan biaya administrasi dan produk yang terlebih dahulu dikenal masyarakat. Oleh karena itu produk yang paling diminati oleh masyarakat adalah produk Gadai (*Rahn*) (Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh, 2021). Adapun jumlah nasabah produk *Rahn*

Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah nasabah Produk *Rahn* Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

Keterangan	2018	2019	2020
Jumlah Nasabah	2.779	2.895	2.594

Sumber: Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh, 2021.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa ada penurunan jumlah nasabah yang signifikan pada tahun 2020 yaitu sebesar 301 nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa ada terjadinya permasalahan pada minat nasabah dalam menggunakan Produk *Rahn* pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

Minat merupakan kecenderungan, keinginan, dan kegairahan yang tinggi dari seseorang untuk memperoleh suatu objek (Susanto, 2013). Minat nasabah merupakan komponen dari perilaku konsumen untuk menggunakan, kecenderungan untuk bertindak sebelum terlaksananya keputusan untuk membeli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa minat merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah.

Dalam upaya menarik minat masyarakat untuk menjadi nasabah, Pegadaian Syariah harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah. Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat adalah kualitas pelayanan dari Pegadaian Syariah, pengetahuan nasabah, dan informasi produk.

Faktor Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparitibility*) (Tjiptono, 2014). Kemudian faktor pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berdasarkan segala sesuatu yang dilihat, dikenal, dimengerti terhadap suatu objek tertentu yang ditangkap melalui pancaindera (Mubarak, 2011).

Faktor selanjutnya adalah informasi produk. Menurut (George & Hopwood, 2000:1) informasi merupakan alat yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat. Menurut Lupiyoadi (2006:221) informasi merupakan salah satu faktor penting yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan nasabah sebelum melakukan pengambilan produk tabungan yang tepat di lembaga keuangan syariah. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Susilawati (2019) yang menyatakan bahwa informasi produk berpengaruh terhadap minat nasabah. Informasi produk dapat mempengaruhi minat nasabah karena informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti nasabah semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat nasabah untuk mengonsumsi suatu produk. Nasabah yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang

lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi (Uniyanti, 2018).

Berdasarkan Fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh informasi produk terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan Informasi produk secara simultan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh informasi produk terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan Informasi produk secara simultan terhadap minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik penelitian sejenis sehingga dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
2. Bagi Praktisi
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber informasi untuk menjadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan terkait semua faktor yang nantinya akan mempengaruhi minat menjadi nasabah pegadaian Syariah.

1.5 Sistematika Pembahasan

Penelitian ini disusun dengan sistematika secara berurutan yang terdiri dari beberapa bab yaitu: bab I pendahuluan, bab II landasan teori, bab III metode penelitian, bab IV hasil penelitian dan pembahasan, dan bab V penutup.

Bab I dalam penelitian ini adalah pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang penelitian yang menjelaskan secara singkat mengenai minat masyarakat untuk menjadi nasabah Pegadaian Syariah yang kemudian dirumuskan dalam beberapa poin rumusan masalah. Dalam bab ini juga dipaparkan mengenai tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian sendiri.

Bab II ini berisikan landasan teori, temuan penelitian terkait, kerangka berfikir dan pengembangan hipotesis. Dimana landasan teori ini memuat teori-teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Temuan penelitian terkait ini diperlukan guna memperkuat teori yang telah dipaparkan serta memberikan penjelasan singkat mengenai persamaan dan perbedaan penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan. Kemudian hal ini dilanjutkan dengan membentuk kerangka berfikir yang menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. Kemudian dilanjutkan dengan pengembangan hipotesis yaitu merumuskan hipotesis dengan argumen yang dibangun dari teori atau logika dan penelitian sebelumnya yang relevan.

Bab III berisikan tentang uraian metode penelitian yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian yang meliputi jenis penelitian, data dan statistik perolehannya, variabel penelitian, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

Bab IV berisikan hasil penelitian dan pembahasan. Hal yang dimuat dalam bab ini dapat berupa hasil proses analisis dan pengujian hipotesisnya serta hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan.

Bab V berisikan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran. Dimana kesimpulan memuat pembahasan singkat mengenai hasil penelitian yang diperoleh. Sedangkan saran menjelaskan keterbatasan penelitian dan memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

Bagian akhir dalam penulisan penelitian ini adalah daftar pustaka yaitu referensi yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian serta lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian yang dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat

Minat merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu (Poerwadaminta 2006: 43). Minat juga bisa diartikan sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat (Slameto, 1988:182).

Minat dapat menunjukkan kemampuan untuk memberikan stimulasi yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, suatu barang atau kegiatan atau suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulasi oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain minat dapat menjadi sebab suatu kegiatan dan hasil dari turut sertanya dalam kegiatan tersebut (Crow dan Crow, 1984:351).

Menurut *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan beralasan) dari Fishbein dan Ajzen (1975) mengenai minat yaitu perilaku manusia dipengaruhi oleh kehendak atau niat atau minat. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya bisa dilakukan. Minat menjadi nasabah dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli. Minat beli (*willingness to buy*) merupakan bagian

dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor (1995) dalam Dwityanti (2008), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Adapun dalam islam minat sudah diisyaratkan secara tersirat yaitu pada surah yang pertama turun. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. al-Alaq ayat 3-5:

أَفْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ. خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ. أَفْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ

Artinya: *“Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”* (Q.S. Al-Alaq [96] :2-3).

Ayat ini menjelaskan bahwa sesungguhnya allah itu telah menciptakan manusia dengan sebaik-baiknya dan menurunkan segala sesuatu untuk menjadi sumber pedoman manusia. Pada ayat pertama dari surah pertama turun ini perintahnya adalah agar kita membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagat yang merupakan tanda kebesaran-Nya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini.

2.1.1 Proses Terbentuknya Minat

Dari bukunya Abu Ahmadi “Psikologi Umum”, mengungkapkan bahwa minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dari dalam hubungan itu terdapat unsur perasaan yang kuat (Ahmadi, 1998). Menurutnya, ada tiga hal yang dapat digunakan sebagai acuan dalam proses terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

1. Kognisi (Gejala pengenalan), yaitu kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dan sebagainya). Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal (Wardiana, 2004). Kognisi ini merupakan keyakinan seseorang tentang suatu yang didapatkan dari proses berfikir tentang sesuatu objek tertentu. Proses yang dilakukan adalah memperoleh pengetahuan dan memanipulasi pengetahuan melalui aktifitas mengingat, menganalisis, memahami, menilai, menalar, dan membayangkan.
2. Konasi (kemauan), merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan (Ahmadi, 1998). Konasi atau kemauan dapat disamakan dengan kehendak atau hasrat. Kehendak itu merupakan suatu fungsi jiwa untuk dapat

mencapai sesuatu. Kehendak ini dapat disebutkan kekuatan dari dalam, sedangkan dari luar itu sebagai gerak-gerik.

3. Emosi merupakan kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya (Wardiana, 2004). Emosi juga dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Artinya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.

2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah:

1. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2014).
2. Pengetahuan
Pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*) (Suhartono, 2007).
3. Informasi Produk
Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna

dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan pengambilan keputusan. Informasi merupakan data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. (Sukmadinata, 2010).

2.1.3 Indikator Minat

Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yang dikenal dengan sebutan dimensi minat sebagai berikut. (Ferdinand 2002:192)

1. Minat transaksional

Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

2. Minat refrensional

Minat refrensional yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang cenderung merefrensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain dengan refrensi pengalaman konsumennya.

3. Minat preferensi

Minat preferensi yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk

tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

4. Minat eksploratif

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. Dari kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang berhubungan dengan interaksi antara seseorang dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pelayanan akan lebih besar dan bersifat menentukan apabila kegiatan-kegiatan dalam pemasaran jasa tersebut dapat merebut atau menarik minat nasabah.

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparability*) (Tjiptono, 2014). Walau demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Menurut Wickof (2002) dalam Tjiptono (2014), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya yang konsisten.

Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe yaitu:

1. *Will Expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu.
2. *Should Expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatutnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima.

3. *Ideal Expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

2.2.1 Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Dalam prinsip syariah pelayanan prima berhubungan dengan hubungan manusia dengan sesama atau sering disebut dengan istilah muamalah. Interaksi antara sesama manusia mempunyai dua nilai mutlak yang tidak bisa dipisahkan satu sama lain, pertama adalah interaksi itu harus selaras dengan hukum Islam, dan kedua interaksi itu memiliki kandungan nilai-nilai akhlak mulia. Yang dimaksud dengan keselarasan hukum Islam adalah setiap interaksi antara sesama manusia harus sejalan dengan syariat Islam. Sedangkan yang dimaksud dengan kandungan akhlak adalah bahwa semua interaksi yang mendapat landasan hukum Islam pasti mempunyai nilai-nilai akhlak di dalamnya (Fathurrohman, 2015).

Allah SWT Berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah Ayat 2 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهَرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا
الْقَلِيدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا
حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ
الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى
الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi’ar-syi’ar Allah, dan jangan melanggar

kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keridhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidil haram, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). 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” (Q.S Al-Maidah [5]: 2).

2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005:134) mengemukakan lima dimensi pokok yang digunakan dalam menilai suatu kualitas pelayanan pada perusahaan jasa, meliputi:

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tangkap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta

menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

4. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengenai setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.3 Pengetahuan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal. Pengetahuan atau kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (*over behaviour*).

Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini yang akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap makin positif terhadap objek tertentu. Pengetahuan dapat juga diartikan sebagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan

akal. Pada saat seseorang memakai akal budinya untuk mengenali suatu kejadian tertentu yang belum pernah dirasakan sebelumnya itu dapat memunculkan sebuah pengetahuan (Suhartono, 2007).

Pengetahuan akan sebuah produk jasa tentunya memberikan nilai tersendiri terhadap penggunaan suatu produk, dimana dengan adanya pengetahuan tentunya minat dan keinginan nasabah untuk menggunakan produk jasa Pegadaian Syariah tersebut oleh karena itu pihak pengelola Pegadaian Syariah terus berupaya melakukan pemasaran produknya salah satunya melalui media masa yang efektif, sehingga dengan adanya informasi tersebut, minat nasabah akan produk jasa tersebut memiliki nilai positif dan nasabah akan lebih mempunyai keinginan besar untuk menggunakan produk jasa tersebut.

2.3.1 Pengetahuan Dalam Perspektif Islam

Pengetahuan dalam Islam adalah himpunan pengetahuan manusia yang dikumpulkan melalui proses pengkajian dan dapat dinalar atau diterima oleh akal. Dalam pemikiran sekuler, pengetahuan mempunyai tiga karakteristik yaitu: objektif, netral dan bebas nilai. Sedangkan dalam pemikiran Islam tidak boleh bebas nilai baik nilai lokal maupun nilai universal. Sumber pemikiran dalam Islam ada dua yaitu akal dan wahyu, keduanya tidak boleh dipertentangkan. Pengetahuan yang bersumber dari wahyu Allah bersifat abadi dan tingkat kebenarannya mutlak. Sedangkan pengetahuan yang bersumber dari akal pikiran manusia bersifat

perolehan dan tingkat kebenarannya *relative* (Wahyuddin, 2009: 87).

Sebelum calon nasabah mempergunakan jasa Pegadaian Syariah, maka diperlukan beberapa informasi atau pengetahuan akan suatu pegadaian, agar nantinya tidak ada pihak yang merasa dirugikan atau merugikan. Adapun perintah untuk kita memperluas pengetahuan terdapat dalam QS. Al-Mujadilah ayat 11:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَأَفْسَحُوا يَفْسَحِ

اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ أَذْشُرُوا فَأَذْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ ءَامَنُوا

وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: *“hai orang-orang yang beriman apabila dikatakan kepadamu: “berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”* (Q.S. Al-Mujadilah [58]: 11).

2.3.2 Sumber Pengetahuan

Menurut Meliono (2007) Pengetahuan diperoleh melalui beberapa proses pembelajaran, yaitu sebagai berikut:

1. Pembelajaran kognitif (*cognitive learning*) didefinisikan sebagai proses dimana orang membentuk asosiasi diantara

konsep, belajar urutan konsep seperti, menghafalkan daftar, menyelesaikan masalah, dan mendapatkan masukan. Pembelajaran seperti ini melibatkan hipotesis intuisi proses pembangkitan dimana orang mengadaptasi kepercayaan mereka untuk membuat data baru menjadi masuk akal. Jadi, pembelajaran kognitif adalah sebuah proses aktif dimana orang berusaha untuk mengendalikan informasi yang mereka dapatkan.

2. Pembelajaran melalui pendidikan (*learning through education*) adalah memperoleh pengetahuan melalui iklan, wiraniaga, dan usaha konsumen sendiri dalam mencari data.
3. Pembelajaran melalui pengalaman (*learning through experience*) adalah memperoleh pengetahuan melalui kontak nyata dengan produk. Pembelajaran melalui pengalaman umumnya merupakan sarana yang lebih efektif untuk mendapatkan pengetahuan bagi konsumen. Pembelajaran ini mempromosikan pencarian kembali dan pengingatan yang lebih baik karena konsumen terlibat dalam pengalaman pembelajaran, dan informasi yang diperoleh lebih jelas, konkrit, dan penting.

2.3.3 Jenis Pengetahuan

Menurut Irmayanti, dkk (2007) terdapat beberapa jenis pengetahuan yaitu:

1. Pengetahuan Implisit

Pengetahuan implisit adalah pengetahuan yang masih tertanam dalam bentuk pengalaman seseorang dan berisi faktor-faktor yang tidak bersifat nyata seperti keyakinan pribadi, perspektif, dan prinsip. Pengetahuan dalam diri seseorang biasanya sulit untuk ditransfer ke orang lain baik secara tertulis ataupun lisan. Kemampuan berbahasa, mendesain, atau mengoperasikan mesin atau alat yang rumit membutuhkan pengetahuan yang tidak selalu bisa tampak secara eksplisit, dan juga tidak begitu mudahnya untuk mentransferkannya ke orang lain secara eksplisit.

2. Pengetahuan Eksplisit

Pengetahuan eksplisit adalah pengetahuan yang telah didokumentasikan atau disimpan dalam wujud nyata berupa media atau semacamnya. Dia telah diartikulasikan ke dalam bahasa formal dan bisa dengan relatif mudah disebarkan secara luas. Informasi yang tersimpan di ensiklopedia (termasuk Wikipedia) adalah contoh yang bagus dari pengetahuan eksplisit. Bentuk paling umum dari pengetahuan eksplisit adalah petunjuk penggunaan, prosedur, dan video *how-to*. Pengetahuan juga bisa termediakan secara *audiovisual*. Hasil kerja seni dan desain produk juga bisa dipandang sebagai suatu bentuk pengetahuan eksplisit yang merupakan eksternalisasi dari keterampilan, motif dan pengetahuan manusia.

3. Pengetahuan Empiris

Pengetahuan yang lebih menekankan pengamatan dan pengalaman inderawi dikenal sebagai pengetahuan empiris atau pengetahuan aposteriori. Pengetahuan ini bisa didapatkan dengan melakukan pengamatan yang dilakukan secara empiris dan rasional. Pengetahuan empiris tersebut juga dapat berkembang menjadi pengetahuan deskriptif bila seseorang dapat melukiskan dan menggambarkan segala ciri, sifat, dan gejala yang ada pada objek empiris tersebut. Pengetahuan empiris juga bisa didapatkan melalui pengalaman pribadi manusia yang terjadi berulang kali. Misalnya, seseorang yang sering dipilih untuk memimpin organisasi dengan sendirinya akan mendapatkan pengetahuan tentang manajemen organisasi.

4. Pengetahuan Rasionalisme

Pengetahuan rasionalisme adalah pengetahuan yang diperoleh melalui akal budi. Rasionalisme lebih menekankan pengetahuan yang bersifat apriori; tidak menekankan pada pengalaman.

2.3.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Suhartono (2007) menyatakan bahwa pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Pendidikan

Pendidikan adalah suatu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi. Dengan pendidikan tinggi maka seseorang akan cenderung untuk mendapatkan informasi, baik dari orang lain maupun dari media massa. Semakin banyak informasi yang masuk semakin banyak pula pengetahuan yang didapat.

b) Media dan Informasi

Informasi yang diperoleh baik dari pendidikan formal maupun non formal dapat memberikan pengaruh jangka pendek (immediate impact) sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Majunya teknologi akan tersedia bermacam-macam media massa yang dapat mempengaruhi pengetahuan masyarakat tentang inovasi baru. Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain mempunyai pengaruh besar terhadap pembentukan opini dan kepercayaan orang.

c) Lingkungan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya

pengetahuan ke dalam individu yang berada dalam lingkungan tersebut. Hal ini terjadi karena adanya interaksi timbal balik ataupun tidak yang akan direspon sebagai pengetahuan oleh setiap individu.

2.3.5 Indikator Pengetahuan

Menurut Sumarwan (2011: 148) membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. pengetahuan ini meliputi kategori produk, harga produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

2. Pengetahuan pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang dimana membeli produk dan kapan membeli produk. ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan dimana ia membeli produk tersebut dan kapan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana konsumen bisa membeli produk tersebut.

3. Pengetahuan pemakaian Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan produk tersebut dengan benar.

2.4 Informasi Produk

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, berarti seseorang semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi suatu produk. Seseorang yang aktif mencari informasi tentang suatu produk, biasanya mempunyai minat yang lebih tinggi terhadap produk tersebut daripada orang yang pasif mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga background faktor yang ada di *Theory of Planned Behavior*, selain faktor pribadi dan sosial. Informasi dalam penelitian ini meliputi pengalaman, pengetahuan, dan pemberitaan media massa.

Produk yang terdapat di Pegadaian Syariah juga terbebas dari adanya riba yang dimana hal itu diharamkan, tidak hanya beragama Islam tetapi juga agama lain. Dalam Agama Kristen, pelarangan keras atas riba sudah berlaku sejak lama. Larangan riba dalam agama Kristen terdapat dalam perjanjian lama dan perjanjian baru. Di India kuno hukum yang berdasarkan Weda, kitab suci tertua agama Hindu

mengutuk riba sebagai sebuah dosa besar dan melarang operasi bunga (Algaoud dan Lewis, 2004).

Produk yang ada di Pegadaian Syariah tentu berbeda dengan yang ada di Pegadaian Konvensional. Produk-produk di Pegadaian Syariah harus menonjolkan sisi syariah yang ada, karena apabila sama saja dengan produk di Pegadaian Konvensional maka tidak ada nilai jual yang membedakan kedua Pegadaian tersebut. Adapun kaitannya dengan akuntansi ialah di Pegadaian Syariah terdapat akad-akad yang digunakan dalam produk-produknya, semakin banyak akad yang digunakan maka semakin banyak metode akuntansi yang digunakan untuk pencatatan atas transaksi yang dilakukan.

Menurut Rao dan Sieben yang dikutip dalam Waluyo dan Pamungkas (2003), informasi produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Konsumen dengan pengetahuan yang lebih tinggi akan menjadi lebih realistis dalam pemilihan produk yang sesuai dengan harapannya. Semakin tinggi pengetahuan konsumen atas suatu produk, dapat meningkatkan kemampuan konsumen untuk membuat pilihan yang lebih menyenangkan. Penjelasan tersebut sangat menjelaskan bahwa pentingnya tingkat pengetahuan konsumen terhadap suatu produk

Hubungan antara informasi dengan intensi menabung di Pegadaian Syariah merupakan hubungan yang sifatnya Pegadaian Syariah syariah lebih banyak, atau seseorang yang lebih aktif

mencari informasi mengenai Pegadaian Syariah, biasanya mempunyai keinginan untuk menabung di Pegadaian Syariah lebih tinggi daripada orang yang tidak. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa informasi berpengaruh positif terhadap intensi menabung di Pegadaian Syariah (Uniyanti, 2018:43).

2.4.1 Informasi Produk Dalam Perspektif Islam

Produk pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral (Zainal, dkk, 2014).

Prinsip ekonomi Islam yang dipakai dalam informasi produk yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam ekonomi Islam mempromosikan atau menginformasikan suatu produk kepada masyarakat, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai ekonomi

Islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pengelola harus berlaku jujur, benar dan lurus dalam melakukan penyampaian informasi produk. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan mengumbar sumpah atau iklan palsu (Alimin, 2004).

Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaiannya, tetapi dibatasi oleh pertanggung jawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis. Kebebasan dalam kreasi penyampaiannya harus diimbangi dengan pertanggung jawaban manusia (Marhari, 2012).

Kebenaran fakta dalam informasi yang disampaikan kepada publik juga terkandung dalam Al Quran, sebagaimana firman Nya:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang hari turunan yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar” (Q.S An-Nisa [4]: 9).

2.4.2 Indikator Informasi Produk

Menurut Peter dan Olson (2010: 70-75), terdapat empat indikator dalam informasi produk, yaitu atribut produk, manfaat fungsional, manfaat psikologis, dan nilai-nilai yang diperoleh apabila konsumen mengkonsumsi produk atau jasa. Penjelasan untuk masing-masing indikator tersebut adalah sebagai berikut:

1. Atribut produk adalah segala aspek fisik dari suatu produk atau jasa yang dapat dilihat atau dirasakan. Atribut produk contohnya adalah warna tas komputer, bentuk tampilan luar mobil, motif pakaian wanita, dan sebagainya. Dalam halnya dengan jasa, atribut dapat dilihat misalnya dari reputasi dan harga yang harus dibayar untuk memperoleh jasa.
2. Manfaat fisik, adalah dampak yang langsung dapat dirasakan ketika konsumen berinteraksi dengan produk atau jasa yang digunakan. Yang termasuk dalam aspek ini contohnya adalah ketika seseorang merasakan pengalaman menyenangkan ketika menikmati suatu pertunjukan, mendapatkan kembali kesegaran tubuh setelah meminum kopi atau teh.
3. Manfaat psikologis, adalah dampak sosial yang diperoleh konsumen ketika berinteraksi dengan suatu produk atau jasa. Contoh manfaat psikologis adalah ketika konsumen merasakan adanya peningkatan keterampilan bersosialisasi dengan orang lain setelah mengikuti program perkuliahan di suatu lembaga pendidikan tertentu.

4. Nilai-nilai kepuasan produk adalah nilai yang diperoleh setelah konsumen menggunakan produk atau jasa. Contoh dari aspek ini adalah konsumen akan merasa memiliki daya saing lebih tinggi di tempatnya bekerja setelah mengikuti program pelatihan perpajakan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang didasarkan atas penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dengan penambahan variabel dan metode penelitian yang berbeda bisa didapatkan dari skripsi, jurnal dan tesis. Di bawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan atau landasan yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian zini antara lain:

Tabel 2.1
Tinjauan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian
1	Said (2010) Analisis Pengaruh Lokasi Dan Pelayanan Pada Pegadaian Syariah Terhadap Minat Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cab. Depok)	Kuantitatif	Pelayanan, lokasi yang strategis kecepatan transaksi serta prosedur yang mudah dan bebas bunga di jangkau sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

Tabel 2.1-Lanjutan

No	Nama Peneliti	Metode penelitian	Hasil Penelitian
2	Syaifuddin (2016) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan.	Kuantitatif	Faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan dipengaruhi oleh budaya, sosial dan kepribadian. Dari ketiga faktor tersebut yang paling dominan adalah faktor kepribadian.
3	Fajri (2017) Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh	Kuantitatif	Faktor promosi, lokasi, dan alasan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh.
4	Kartini (2019) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (<i>Ar-Rahn</i>) Pada PT Pegadaian Syariah UPS Lamteumen	Kuantitatif	Menyimpulkan bahwa faktor harga, faktor syariah, dan faktor pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah akan produk gadai (<i>Ar-rah</i> n) pada PT. Pegadaian Syariah UPS Lamteumen.
5	Ihsan (2020) Pengaruh Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Masyarakat Kabupaten Aceh Barat Daya).	Kuantitatif	Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan jasa pegadaian Syariah. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan jasa pegadaian Syariah

Sumber: Data diolah, 2021.

Penelitian oleh Said (2010) yang berjudul analisis pengaruh lokasi dan pelayanan pada Pegadaian Syariah terhadap minat

nasabah (studi kasus Pegadaian Syariah Cab. Depok) menunjukkan bahwa pelayanan, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Selain lokasi dan pelayanan, kecepatan transaksi serta prosedur yang mudah dan bebas bunga juga mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Syaifuddin (2016) dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Pegadaian Syariah Kabupaten Grobogan dipengaruhi oleh budaya, sosial dan kepribadian. Dari ketiga faktor tersebut yang paling dominan adalah faktor kepribadian.

Kemudian penelitian oleh Fajri (2017) yang berjudul pengaruh promosi, lokasi dan alasan syariah terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh menyimpulkan bahwa kesemua variable yang diukur yaitu faktor promosi, lokasi, dan alasan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh.

Selanjutnya penelitian oleh Kartini (2019) dalam penelitiannya yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai (*ar-rahn*) pada PT Pegadaian Syariah UPS Lamteumen menyimpulkan bahwa faktor harga, faktor syariah,

dan faktor pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah akan produk gadai (Ar-rahn) pada PT. Pegadaian Syariah UPS Lamteumen.

Ihsan (2020) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan jasa Pegadaian Syariah (Studi Masyarakat Kabupaten Aceh Barat Daya). Penelitian ini menyimpulkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan jasa pegadaian Syariah. Sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan jasa pegadaian Syariah.

Dari sejumlah penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas, didapatkan bahwa ada beberapa penelitian yang meneliti hal yang sama dengan yang diteliti oleh penulis, baik dari segi objek, variabel, maupun rentang periode. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Said (2010), Fajri (2017), Kartini (2019), dan Ihsan (2020) sama-sama menggunakan minat nasabah sebagai variabel dependennya. Sedangkan untuk variabel independennya hampir semua penelitian sebelumnya menggunakan variabel yang berbeda-beda seperti lokasi, promosi, dan faktor syariah.

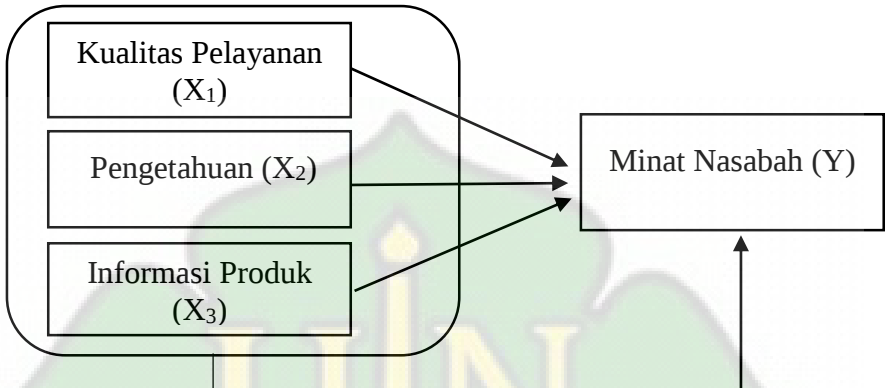
2.6 Kerangka Berpikir

Dalam sebuah rancangan penelitian diperlukan adanya sebuah kerangka pemikiran. Sebagaimana yang diketahui bahwa kerangka pemikiran merupakan alur dari sebuah penelitian yang

dirancang sebelum proses dari penelitian tersebut berlangsung (Sugiyono, 2017:60). Kerangka berpikir yang baik dapat menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan variabel dependen dan variabel independen dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah kualitas pelayanan (X_1), pengetahuan (X_2), dan informasi produk (X_3), sedangkan variabel dependennya adalah minat. Di mana variabel kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk diasumsikan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Sehingga tinggi atau rendahnya kualitas pelayanan, pengetahuan masyarakat, dan informasi produk yang diketahui oleh masyarakat akan mempengaruhi masyarakat tersebut menjadi berminat untuk menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Dengan demikian kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat disusun sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber: Data diolah, 2021.

2.7 Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah

Pelayanan yang berkualitas berfungsi dalam menciptakan kepuasan konsumen dan juga diharapkan dapat menarik minat konsumen agar terus melakukan transaksi ekonomi dengan perusahaan, selain itu juga dapat menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitasnya suatu pelayanan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Perusahaan dinilai berhasil dalam memperoleh pelanggan dengan jumlah yang banyak apabila dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan (Panjaitan & Yuliati, 2016).

Penelitian Zeithaml, dkk, (1996) dalam Jannah (2021) menunjukkan bahwa perilaku positif dan negatif nasabah dapat

dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan. Beberapa studi telah menemukan bahwa nasabah mungkin beralih ke penyedia layanan lainnya dikarenakan oleh kualitas pelayanan yang buruk. Selanjutnya penelitian Kartini (2019) dan Ihsan (2020) menemukan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas layanan dengan minat masyarakat untuk menjadi nasabah. Begitu juga penelitian Setyowati (2017), Kartini (2019), dan Said (2010) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sehingga dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut.

H_1 = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

2.7.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah

Menurut Notoatmodjo (2007) pengetahuan adalah hasil tahu dari manusia dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu. Pengindraan terjadi melalui panca indra manusia yakni penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Minat adalah suatu kecenderungan seseorang untuk selalu memperhatikan dan mengingat sesuatu secara terus menerus. Minat ini erat kaitannya dengan perasaan terutama perasaan senang, karena itu dapat dikatakan minat itu terjadi karena sikap senang kepada sesuatu. Orang yang berminat kepada sesuatu berarti ia sikapnya

senang kepada sesuatu itu. Perasaan senang ini timbul jika seseorang tersebut mengetahui dengan jelas mengenai apa yang disukainya, sehingga dapat dikatakan seseorang itu mempunyai pengetahuan terhadap sesuatu yang disukainya.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan positif pengetahuan masyarakat tentang Pegadaian Syariah terhadap minat menjadi nasabah. Jika pengetahuan masyarakat tentang Pegadaian Syariah yang diberikan baik, maka akan memberikan minat masyarakat untuk menjadi nasabah Pegadaian Syariah. Demikian sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat tentang Pegadaian Syariah yang diberikan kurang baik, maka akan berkurang minat masyarakat untuk menjadi nasabah Pegadaian Syariah. Sehingga dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut.

H_2 = Terdapat pengaruh pengetahuan secara parsial terhadap minat nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

2.7.3 Pengaruh Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pegadaian Syariah

Informasi merupakan hasil dari komunikasi, baik komunikasi itu secara langsung maupun tidak langsung. Dengan adanya informasi, maka seseorang akan semakin mengenal suatu objek. Informasi juga dapat mendorong atau membangkitkan minat seseorang untuk mengonsumsi dan atau menggunakan suatu produk. Seseorang yang aktif dalam mencari informasi tentang suatu produk, biasanya seseorang tersebut mempunyai minat yang lebih

tinggi terhadap suatu produk tersebut daripada orang yang pasif dalam mencari informasi. Informasi merupakan salah satu dari tiga latar belakanag yang ada di *Theory of Planned Behavior*, selain faktor pribadi dan sosial.

Menurut Uniyanti (2018) hubungan antara informasi dengan minat menjadi nasabah Pegadaian Syariah merupakan hubungan yang sifatnya berbanding lurus. Seseorang yang lebih aktif mencari informasi mengenai produk pegadaian syariah, berarti ia mempunyai keinginan lebih tinggi untuk menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah daripada orang yang pasif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa informasi produk berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah. Sehingga dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut.

H₃ = Terdapat pengaruh informasi produk secara parsial terhadap minat nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Peneliti dalam menganalisis data yang diperoleh di lapangan kemungkinan besar memerlukan bantuan dari program *software spreadsheet* seperti *microsoft excel*, dan juga program statistik SPSS Versi 23.

Penelitian kuantitatif ini bersifat deskriptif. Menurut Abdurrahman dalam Amalia (2018) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bermaksud untuk menggambarkan situasi-situasi yang terjadi di masyarakat. Jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta-fakta yang terlihat bagaimana adanya.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian yang dilaksanakan dalam suatu penelitian, penelitian ini berlokasi di Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh yang beralamat di Jalan Imam Bonjol No. 14, Kampung Baru, Baiturrahman, Banda Aceh. Peneliti tertarik melakukan penelitian di wilayah ini, karena jumlah nasabah pada Pegadaian Syariah ini lebih banyak dibandingkan dengan Pegadaian Syariah lainnya, sehingga peneliti ingin melihat faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Waktu penelitian dilakukan selama 2 minggu pada bulan Desember 2021 di Kantor Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

3.3 Data Dan Teknik Perolehannya

Data adalah sekumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2004), data primer adalah data yang didapat dari hasil pengamatan yang dilakukan secara langsung oleh penulis pada tempat yang menjadi objek penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner ini dibagikan kepada pihak yang terkait yang kemudian diisi oleh para nasabah mengenai pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisa dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiono, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah produk Gadai (*Rahn*) periode 2020 pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh yaitu sebanyak 2.594 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82), *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Maka setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpengcil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya

Maka untuk penentuan banyaknya sampel responden penulis akan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus slovin untuk menghitung besaran sampel yaitu: (Umar, 2004:78)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} \quad (3.1)$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = tingkat error (penulis menggunakan 10%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang diambil yaitu seluruh nasabah yang menggunakan produk Gadai (*Rahn*) pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh (N), dengan sampel dihitung dengan error sebesar 10%, maka sampel ditentukan sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2.594}{1 + 2.594(0,1)^2} \\ &= \frac{2.594}{1 + 2.594(0,01)} \\ &= \frac{2.594}{1 + 25,94} \\ &= \frac{2.594}{26,94} \\ &= 96,28 \text{ (dibulatkan 97)} \end{aligned}$$

Jadi minimal sampel yang diambil di seluruh nasabah yang menggunakan produk Gadai (*Rahn*) pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh adalah sebanyak 97 orang.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau

bebas (Sugiyono, 2014:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah.

3.5.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif (Sekaran, 2011:117). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk.

Tabel 3.1
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Minat Nasabah (Y)	Minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut (Pandji, 2004).	1. Minat transaksional 2. Minat refrensional 3. Minat prefrensi 4. Minat eksploratif (Ferdinand 2002:192)	Ordinal
2.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>responsivenes</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) Tjiptono (2005:134)	Ordinal
3.	Pengetahuan (X ₂)	Pengetahuan atau kognitif merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal dan sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang (<i>over behaviour</i>).	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian suatu produk Sumarwan (2011:148)	Ordinal

Tabel 3.1 - Lanjutan

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
4.	Informasi Produk (X_3)	Informasi produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. (Waluyo dan Pamungkas, 2003)	1. Atribut Produk 2. Manfaat Fisik 3. Manfaat Psikologis 4. Nilai-nilai kepuasan Produk Peter dan Olson (2010: 70-75)	Ordinal

3.6 Skala Pengukuran

Untuk membantu dan mempermudah proses dalam menganalisis data, maka penelitian ini menggunakan teknik penentuan skor terhadap angket yang disebarakan kepada responden, yaitu dengan menggunakan skala ordinal. Menurut Sugiyono (2017), skala ordinal merupakan skala yang membedakan kategori berdasarkan tingkat atau urutan. Skala ini menggunakan lambang-lambang atau bilangan-bilangan untuk menunjukkan urutan atau tingkatan objek yang diukur berdasarkan karakteristik tertentu.

Skala ordinal yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan untuk mengukur respon subjek ke dalam lima kategori sikap, yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 23. Uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut: (1) Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. (2) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. (3) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5%. (4) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka butir soal disebut valid (Noor, 2011).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuesioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu

konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2015:160). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola

distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2015:139). Cara mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi

multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Menurut Ghozali (2015:105) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika $tolerance > 0,10$ dan $VIF > 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.9 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunyoto, 2012:47). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas yaitu; kualitas pelayanan (X_1), pengetahuan (X_2), dan informasi produk (X_3) terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (3.1)$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah

a = Konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi variabel terikat

X_1	= Kualitas Pelayanan
X_2	= Pengetahuan
X_3	= Informasi Produk
e	= Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing). Menurut Sujarweni (2015), uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ($\alpha > 0,05$) (Sujarweni, 2015).

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji tabel F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Menurut Sujarweni (2015), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Kriteria Jika $p < 0,05$, maka H_0

ditolak dan H_a diterima. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sujarweni, 2015).

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap nilai variabel dependen (Y). Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka sebaliknya. Menurut Ghazali (2015:97) menjelaskan Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan jika nilai mendekati satu (1) maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen Y.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

4.1.1 Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

Pegadaian syariah merupakan salah satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain PT. Pegadaian (Persero). Fungsi operasi pegadaian syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor Cabang Pegadaian Syariah (CPS) atau Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS). ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural terpisah pengelolaannya dengan gadai konvensional.

Pegadaian syariah merupakan suatu lembaga yang relatif baru di Indonesia. Konsep operasi pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu asas rasionalitas, efisiensi, dan efektivitas yang diselenggarakan dengan nilai Islam. Fungsi operasi pegadaian syariah dijalankan oleh kantor-kantor cabang Pegadaian Syariah atau Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan divisi usaha lain perum pegadaian. Pegadaian syariah pertama kali lahir di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama, empat Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.

Pegadaian Syariah Cabang Kota Banda Aceh Merupakan turunan dari kantor pegadaian wilayah Sumatra utara yang membawahi seluruh cabang yang ada di Sumatra utara dan Nangroe Aceh Darussalam. Selanjutnya untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat Aceh, Pegadaian syariah membuka UPS (Unit Pegadaian Syariah) sebagai salah satu cara guna mempermudah masyarakat memperoleh layanan gadai berbasis syariah. Saat ini sudah ada 8 (delapan) UPS (Unit Pegadaian Syariah) yang berada didalam pengawasan Kantor Cabang Banda Aceh yaitu, UPS sabang, UPS Punge, UPS Lamlagang, UPS Simpang Surabaya, UPS Syiah Kuala, UPS Kampung Mulia, UPS Simpang Mesra, dan UPS Ulee Kareng.

4.1.2 Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Visi Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh adalah menjadi the most valuable financial company di indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat. Adapun misi yang dilakukan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dalam mewujudkan visi tersebut adalah:

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti
2. Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.

3. Memberikan *service excellence* dengan focus nasabah melalui:
 - a. Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
 - b. Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
 - c. Praktek manajemen risiko yang kokoh.
 - d. SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

4.1.3 Produk-Produk Pegadaian Syariah

PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh memiliki kegiatan usaha berupa penyaluran dana yang dilakukan dalam bentuk pembiayaan. Produk yang ditawarkan oleh PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dalam hal penyaluran dana adalah sebagai berikut:

1. Arrum Haji

Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan Anda untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas. Segera memanfaatkan aset emas Anda untuk ke Tanah Suci.

2. Arrum Umroh

Arrum Umroh adalah produk penyaluran pinjaman untuk perjalanan ibadah umroh dengan jaminan barang berharga, menggunakan pola angsuran berlandaskan prinsip-prinsip syariat islam.

3. Arrum BPKP

Pembiayaan Arrum (Ar Rahn Untuk Usaha Mikro) pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari.

4. Multi Pembayaran Online (MPO)

Multi Pembayaran Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.

5. Konsinyasi Emas

Konsinyasi Emas adalah layanan titip-jual emas batangan di Pegadaian sehingga menjadikan investasi emas milik nasabah lebih aman karena disimpan di Pegadaian. Keuntungan dari hasil penjualan emas batangan diberikan kepada Nasabah, oleh sebab itu juga emas yang dimiliki lebih produktif.

6. Tabungan Emas

Tabungan Emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

7. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

8. Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha mikro, untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

9. Rahn (Gadai Syariah)

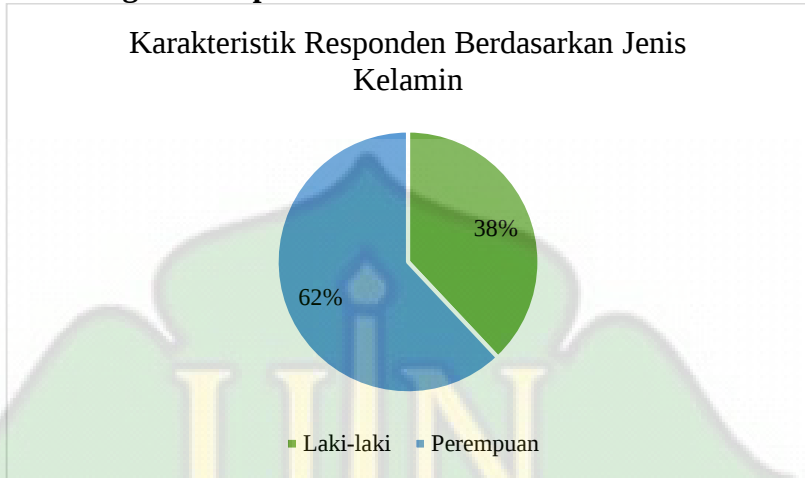
Pembiayaan Rahn (Gadai Syariah) dari Pegadaian Syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.1
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



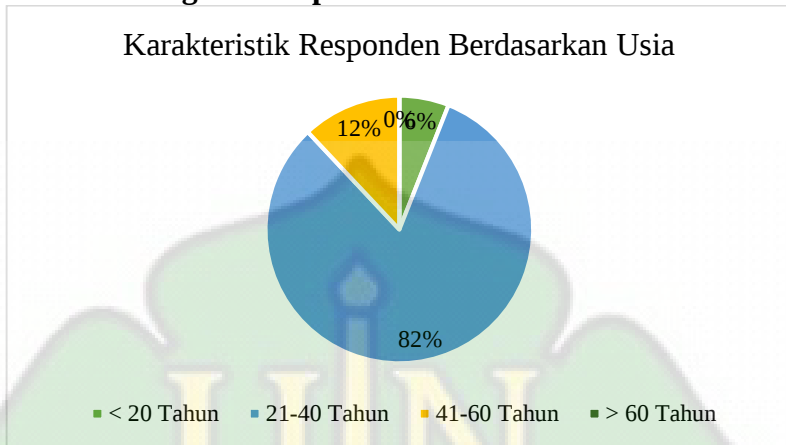
Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang dengan persentase 62% dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang dengan persentase 38%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Responden Berdasarkan Usia



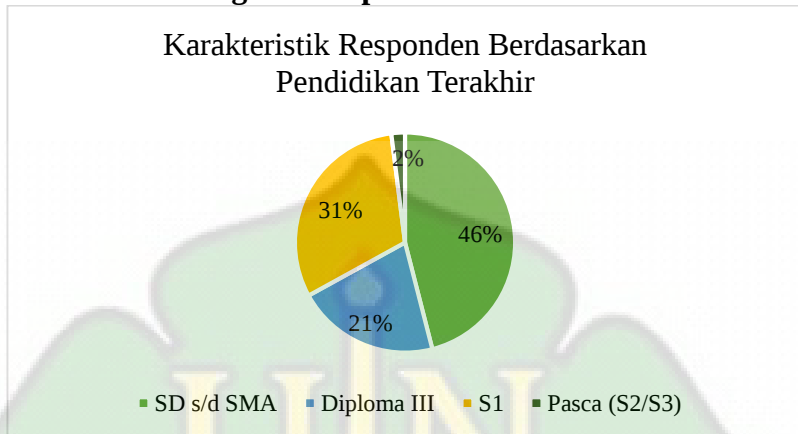
Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia <20 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase 6%, responden dengan rentang usia 21-40 tahun berjumlah 82 orang dengan persentase 82%, responden dengan rentang usia 41-60 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 12%, dan tidak ada responden dengan usia lebih dari 60 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan usia adalah responden dengan rentang usia 21-40 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Pendidikan terakhir responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Responden Pendidikan



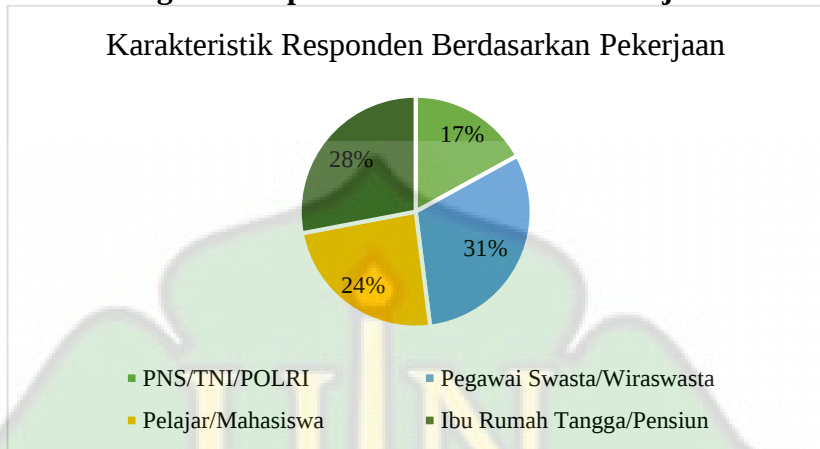
Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenjang Pendidikan SD s/d SMA sebanyak 46 orang dengan persentase 46%, responden dengan jenjang pendidikan Diploma III sebanyak 21 orang dengan persentase 21%, responden dengan pendidikan sarjana sebanyak 31 orang dengan persentase 31%, dan responden dengan jenjang pendidikan pasca sarjana sebanyak 2 orang dengan persentase 2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir adalah responden dengan jenjang pendidikan SD sampai dengan SMA.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan



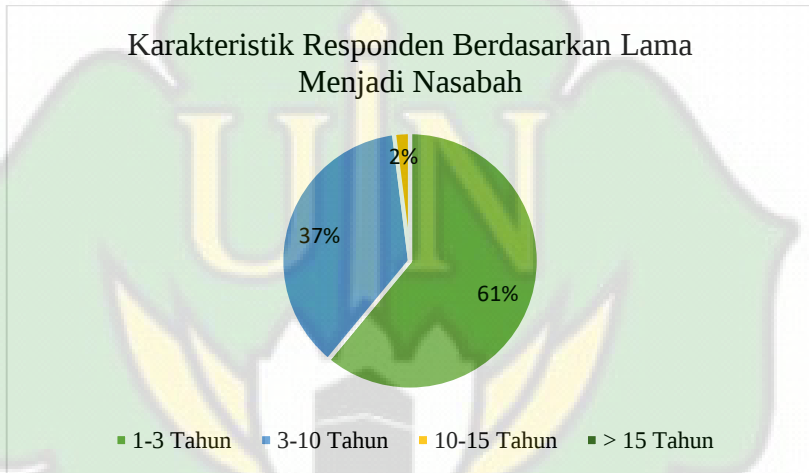
Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 17 orang dengan persentase 17%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai sebanyak 31 orang dengan persentase 31%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 24 orang dengan persentase 24%, dan responden dengan jenis pekerjaan sebagai ibu rumah tangga/pensiun sebanyak 28 orang dengan persentase 28%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan pekerjaan adalah responden dengan jenis pekerjaan pegawai.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Rahn

Berdasarkan berapa lama responden nasabah Rahn, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.5
Diagram Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Rahn



Sumber: Data Diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama responden menjadi nasabah Rahn pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dengan rentang waktu 1-3 tahun sebanyak 61 orang dengan persentase 61%. Responden 3-10 tahun sebanyak 37 orang dengan persentase 37%. Responden dengan rentang waktu 10-15 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 2%, dan tidak ada responden dengan rentang waktu > 15 tahun. Sehingga dapat disimpulkan responden yang paling mendominasi adalah

rentang waktu 1-3 tahun dengan persentase 61% atau setara dengan 61 orang.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan uji pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan muzakki maka terlebih dahulu dilakukan uji mengenai deskripsi variabel penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif. Uji analisis statistik deskriptif ini sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena tujuan dan fungsi dari uji analisis statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dan ukuran terhadap data dalam bentuk numerik yang berlaku secara umum dan akan digunakan sebagai data penelitian. Adapun hasil uji analisis statistik deskriptif tersebut akan ditampilkan pada tabel 4.1 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat	4,20	1.378	100
Kualitas Pelayanan	4,16	4.687	100
Pengetahuan	4,15	2.199	100
Informasi Produk	4,09	1.883	100

Sumber: Data diolah, 2021.

Sampel Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel. Berdasarkan tabel 4.1 dapat disimpulkan variabel dependen yaitu minat nasabah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,20 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para

responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan setuju, nilai standar deviasi sebesar 1,378. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,16 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan setuju, nilai standar deviasi sebesar 4,687. Variabel pengetahuan juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,15 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan setuju, nilai standar deviasi 2,199. Dan variabel informasi produk juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,09 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan setuju, nilai standar deviasi 1,883.

4.3.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut pengujian validitas pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), pengetahuan (X_2), informasi produk (X_3), dan variabel terikat yaitu minat nasabah (Y). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan	K1	0,348	0,1966	Valid
	K2	0,298	0,1966	Valid
	K3	0,396	0,1966	Valid
	K4	0,262	0,1966	Valid
	K5	0,291	0,1966	Valid
	K6	0,283	0,1966	Valid
	K7	0,597	0,1966	Valid
	K8	0,543	0,1966	Valid
	K9	0,584	0,1966	Valid
	K10	0,553	0,1966	Valid
	K11	0,380	0,1966	Valid
	K12	0,558	0,1966	Valid
	K13	0,566	0,1966	Valid
	K14	0,473	0,1966	Valid
	K15	0,604	0,1966	Valid
	K16	0,487	0,1966	Valid
Pengetahuan	P1	0,312	0,1966	Valid
	P2	0,709	0,1966	Valid
	P3	0,729	0,1966	Valid
	P4	0,768	0,1966	Valid
	P5	0,809	0,1966	Valid
	P6	0,742	0,1966	Valid
Informasi Produk	IP1	0,665	0,1966	Valid
	IP2	0,578	0,1966	Valid
	IP3	0,594	0,1966	Valid
	IP4	0,710	0,1966	Valid
	IP5	0,669	0,1966	Valid
Minat Nasabah	M1	0,617	0,1966	Valid
	M2	0,517	0,1966	Valid
	M3	0,656	0,1966	Valid
	M4	0,645	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom*

(df) = n-2, jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 100, maka $df = 100 - 2 = 98$ dengan alpha 5% sehingga didapat $r_{tabel} = 0,1966$. Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

4.3.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka kuesioner dapat dikatakan reliable sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,740	0.60	Reliabel
Pengetahuan	0,764	0.60	Reliabel
Informasi Produk	0,633	0.60	Reliabel
Minat Nasabah	0,880	0.60	Reliabel

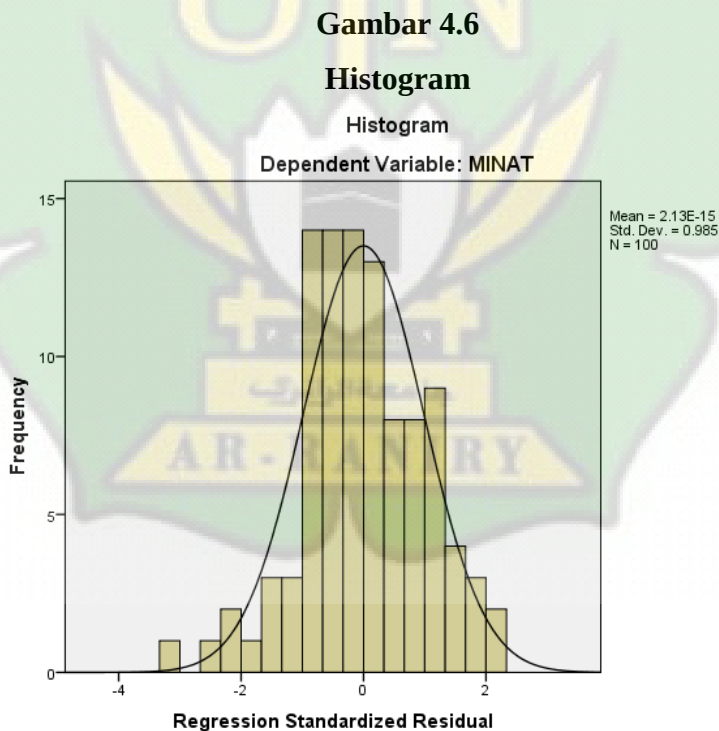
Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai Alpha. Karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

4.3.4 Uji Asumsi Klasik

4.3.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode normal probability plot. Berikut gambar 4.6 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.

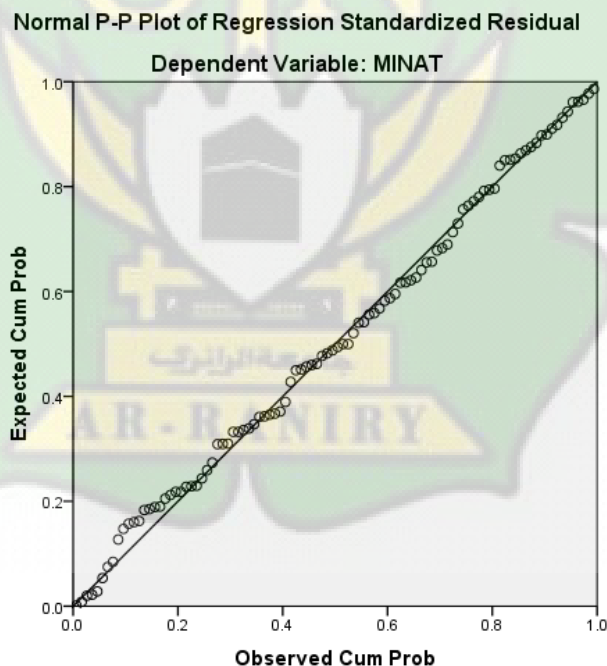


Sumber: Data diolah, 2021.

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.6 menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal. Artinya residual terdistribusi secara normal.

Pada Gambar 4.7 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

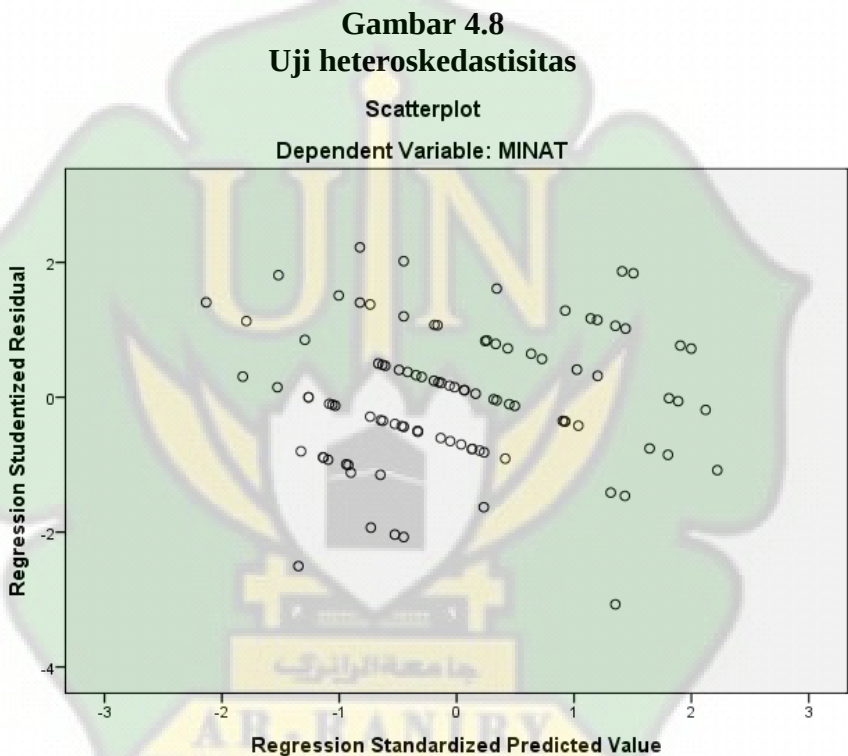
Gambar 4.7
Normal probability plot



Sumber: Data diolah, 2021.

4.3.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pegamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berikut gambar 4.8 adalah pengujian heteroskedasitas.



Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.8 di atas menunjukkan bahwa data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu.

4.3.4.3 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun hasil dari pengujian data tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.906	1.104
	Pengetahuan	.987	1.014
	Informasi Produk	.899	1.113

Sumber: Data diolah, 2021.

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada kualitas pelayanan sebesar 0,906, pengetahuan sebesar 0,987, dan informasi produk sebesar 0,889. Seluruh variabel nilai *tolerance* $> 0,10$, kemudian nilai VIF pada kualitas pelayanan sebesar 1,104, pengetahuan sebesar 1,014, dan informasi produk sebesar 1,113. Seluruh variabel nilai VIF < 10 . Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.3.5 Analisis Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linear berganda.

Tabel 4.5
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.314	2.438	
	Kualitas Pelayanan	.065	.028	.221
	Pengetahuan	.077	.057	.123
	Informasi Produk	.257	.069	.351

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 5,314 yang berarti apabila variable kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk, bernilai 0 maka variabel minat nasabah akan bernilai 5,314.
2. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,065 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,065.
3. Koefisien pengetahuan sebesar 0,077 yang berarti jika variabel pengetahuan naik sebesar 1 satuan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,077.
4. Koefisien informasi produk sebesar 0,257 yang berarti jika variabel informasi produk naik sebesar 1 satuan, maka minat nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,257.

4.3.6 Uji Hipotesis (Uji-t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Adapun hasil pengujian tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji-t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.180	.032
	Kualitas Pelayanan	2.350	.021
	Pengetahuan	1.360	.177
	Informasi Produk	3.707	.000

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05. Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung > dari nilai t tabel dan nilai sig. < 0,05. Adapun t tabel dalam penelitian ini dengan nilai n = 100 dan taraf kepercayaan 95% (alpha = 0,05) didapati nilai t tabel sebesar 1,98472. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,350 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,021 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.

2. Variabel pengetahuan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,360 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,177 < 0,05$ maka H_{a2} ditolak dan H_{02} diterima.
3. Variabel informasi produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,707 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima.

4.3.7 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-f) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.749	3	14.250	9.411	.000 ^b
	Residual	145.361	96	1.514		
	Total	188.110	99			
a. Dependent Variable: Minat Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Informasi Produk, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil uji simultan (Uji-F) pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 9.411 dengan nilai sig. 0,000. Hasil signifikan F $0,000 < \alpha$ (0,05). Maka H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak, sehingga

dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat nasabah.

4.3.8 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R^2 (R-Square) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.203	1.231
a. Predictors: (Constant), Informasi Produk, Pengetahuan , Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Minat Nasabah				

Sumber: Data diolah, 2021

Dari Tabel 4.8 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0,227, artinya bahwa 22,7% variabel dependen minat nasabah Pegadaian Syariah mampu dijelaskan oleh variabel independen, yaitu; kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk. Sedangkan sisanya sebesar 78,3% lagi dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel minat nasabah Pegadaian Syariah.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di atas didapatkan bahwa semua uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas pada data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dari hasil uji R^2 menjelaskan bahwa 22,7% variabel dependen minat nasabah mampu dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen, yaitu; kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk. Sedangkan sisanya sebesar 78,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dari pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk terhadap minat nasabah. Adapun pembahasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pegadaian syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,350 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,021 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dapat diterima. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan Pegadaian Syariah Cabang

Banda Aceh maka semakin besar pula minat nasabah untuk menjadi nasabah pada produk Rahn di pegadaian tersebut.

Hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan minat nasabah terjadi karena kualitas pemberian pelayanan dari pegadaian syariah untuk nasabah telah membuat nasabah merasa diberikan perhatian yang maksimal oleh pegadaian syariah. Adanya kemauan untuk mengerti kebutuhan nasabah, mau untuk menanggapi komplain dari nasabah secara cepat dan bisa diandalkan akan membuat nasabah memiliki minat untuk menjadi nasabah produk rahn pada pegadaian syariah. Untuk menciptakan minat menjadi nasabah produk rahn, maka pegadaian syariah perlu memperhatikan kualitas dalam layanan. Kualitas pelayanan dengan minat nasabah ini korelasinya berbanding lurus. Artinya semakin terpenuhinya keinginan yang dibutuhkan nasabah dan adanya kejelasan serta tanggapan atas kebutuhan nasabah maka akan semakin tinggi minat nasabah untuk menjadi nasabah produk Rahn ini. Salah satu strategi yang dapat menunjang keberhasilan pegadaian adalah berusaha menawarkan kualitas jasa dengan layanan yang tinggi yang dituang dalam bentuk kinerja yang tinggi dalam performa dari layanan yang ada.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sumantri (2014) yang menyatakan bahwa ada korelasi positif yang kuat antara kualitas pelayanan dan minat nasabah. Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ermawati dan Sidiq (2019) yang juga menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan

mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Romdhoni dan Ratnasari (2018) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

4.4.2 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pegadaian syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,360 < 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,177 > 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua ditolak. Artinya pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Hal ini dikarenakan pengetahuan masyarakat mengenai produk Rahn pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh masih kurang. Sehingga bukan menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat nasabah. Selain itu hal ini juga dapat disebabkan oleh kurangnya sosialisasi produk rahn dari pihak Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh sehingga literasi keuangan syariah dimata masyarakat masih mengandung persepsi yang sama dengan keuangan konvensional.

Hasil penelitian ini didukung oleh Kamarni (2012) yang menyatakan bahwa variabel tingkat pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat hal ini dilihat dari tingkat signifikanya $0,536 > \text{tingkat signifikansi } (0,05)$. Ia mengatakan bahwa masyarakat yang tidak mengetahui tentang Lembaga keuangan

syariah mempunyai peluang lebih kecil untuk mempunyai minat untuk menjadi nasabah di Lembaga tersebut di bandingkan dengan kelompok masyarakat yang mengetahui tentang seluk beluk Lembaga tersebut.

4.4.3 Pengaruh Informasi Produk Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel informasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah pegadaian syariah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,707 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa informasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dapat diterima. Artinya semakin tinggi informasi produk yang diterima nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh maka semakin besar pula minat nasabah untuk menjadi nasabah pada produk Rahn di pegadaian tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, dengan adanya informasi, maka nasabah akan semakin mengenal suatu produk. Informasi produk tentu dapat mendorong atau membangkitkan minat nasabah untuk tetap dan berkelanjutan dalam mengonsumsi dan atau menggunakan suatu produk. Maka, jika nasabah tersebut telah mengetahui informasi yang berkaitan dengan produk-produk Pegadaian Syariah maka ia akan lebih mudah memilih produk sesuai minatnya. Selain itu minat nasabah juga timbul karena adanya kelebihan serta manfaat yang dirasa menguntungkan dalam

menggunakan produk rahn menjadi alasan pemilihan produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan, nasabah yang aktif mencari informasi mengenai produk dapat dikatakan bahwa ia cenderung memiliki minat terhadap produk tersebut.

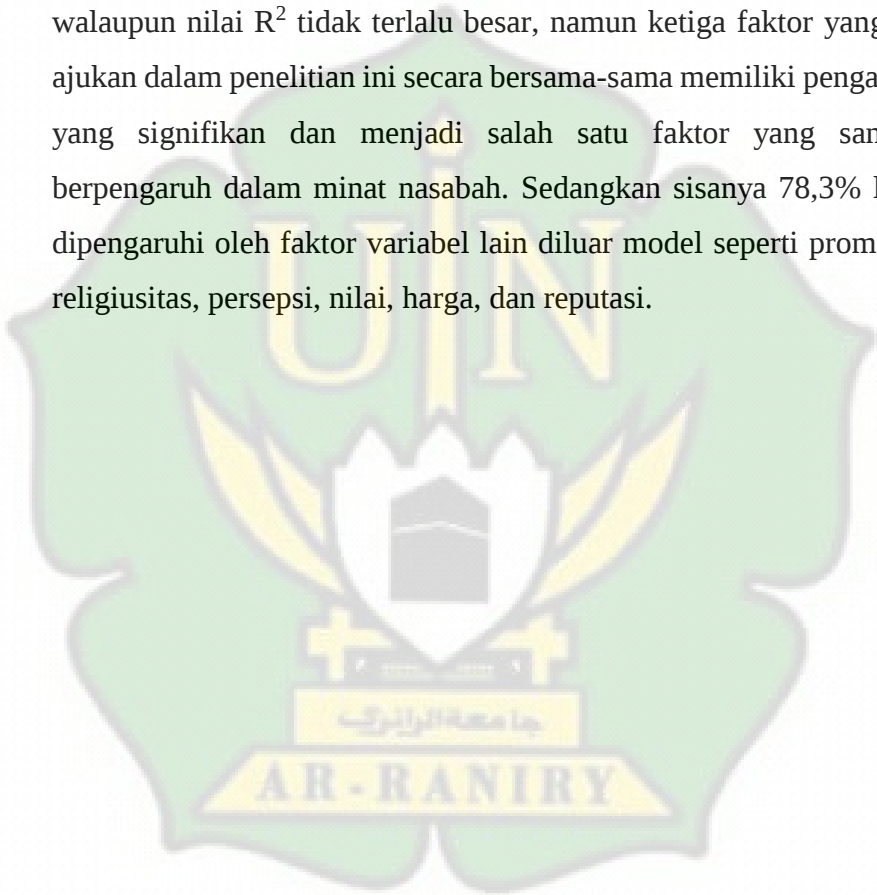
Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Uniyanti (2018) yang menyatakan bahwa ada korelasi positif yang kuat antara informasi produk dan minat nasabah. Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susilawati (2019) yang juga menyatakan bahwa variabel informasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat nasabah. Namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhidin (2017) yang menyatakan informasi produk tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

4.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Nasabah

Hasil uji simultan untuk variabel independen religiusitas, informasi produk, dan bagi hasil terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan Uji-F tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar α 5% ($\alpha = 0,05$), artinya variabel kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat nasabah pegadaian syariah Cabang Banda Aceh. Sehingga dapat diputuskan bahwa hipotesis H_{a4} diterima berarti terdapat

pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk secara simultan dan signifikan terhadap minat nasabah.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini hanya sebesar 22,7% artinya walaupun nilai R^2 tidak terlalu besar, namun ketiga faktor yang diajukan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam minat nasabah. Sedangkan sisanya 78,3% lagi dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model seperti promosi, religiusitas, persepsi, nilai, harga, dan reputasi.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,350 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,021 < 0,05$.
2. Secara parsial pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,360 < 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,177 > 0,05$.
3. Secara parsial informasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,707 > 1,98472$) dan tingkat signifikan sebesar $0,009 < 0,05$.
4. Secara simultan kualitas pelayanan, pengetahuan, dan informasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka peneliti mempertimbangkan untuk memberikan beberapa saran kepada beberapa pihak sebagai masukan serta bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan kedepannya. Adapun saran peneliti sebagai berikut.

1. Bagi Praktisi

Bagi Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh diharapkan agar pihak manajemen pegadaian dapat mempertahankan dan meningkatkan produknya agar dapat meningkatkan minat nasabah terhadap pegadaian syariah. Dan juga harus mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk tetap memilih produk rahn dan produk pegadaian lainnya serta selalu memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya dengan melakukan promosi menarik, penjualan produk baru, iklan, publikasi pegadaian itu sendiri, dan lain-lain agar bisa menjadi prioritas pegadaian syariah pilihan.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi (sumber acuan) bagi mahasiswa, dan juga dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya, khususnya untuk penelitian yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Selain itu adalah memperluas wawasan atau pengetahuan mengenai penerapan dan pelaksanaan produk Rahn.

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel kualitas pelayanan dan informasi produk sebagai variabel yang mempengaruhi minat nasabah, karena sesuai dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap minat nasabah, selain itu diharapkan bagi peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel lain yang diduga memiliki pengaruh kuat terhadap minat nasabah, seperti promosi, persepsi, nilai, harga, dan reputasi. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan hanya mempengaruhi 22,7% sehingga sisanya yakni 78,3% artinya masih terdapat banyak variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam penelitian ini. Selain itu juga diharapkan dapat memperluas objek penelitian serta melakukan penelitian pada produk pegadaian syariah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran dan Terjemahan.

Ahmadi, Abu. (1998). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rieneka Cipta.

Algaoud, M. Latifa., dan Lewis, Mervyn K. (2004). *Perbankan Syariah; Prinsip, Praktik, dan Prospek*. Jakarta: PT.Serambi Ilmu Semesta.

Ancok, dan Suroso. (2001). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ascarya. (2013). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

_____. (2007). *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.

Crow, Alice, dan Crow, Lester D. (1984). *Psikologi Pendidikan*. Surabaya: PT. Bina Ilmu.

Ferdinand. (2002). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

George, H. William Bodnar, dan Hoopwood, S. (2000) *Sistem Informasi Akutansi*. Diterjemahkan oleh Amir Abadi jusuf dan R. M Tambunan. Edisi Keenam. Buku satu. Jakarta: Salemba Empat.

Ghufron, dan Risnawita. (2011). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Madia.

- Ghozali, Iman. (2016). *Analisis Multivariaet dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail. 2011. *Akuntansi Bank: Teori dan Aplikasi dalam Rupiah. Edisi Pertama. Cetakan Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Jalaludin, Rakhmat. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Karim, Adiwarman A. (2011). *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.
- Muhammad. (2002). *Kebijakan Moneter dan Fiskal dalam Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Poerwadarminta. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sahlan, Asmaun. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business*. United Kingdom: A. John Wiley and Sons.
- Slameto. (1988). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Sunyoto, Danang. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Susilawati, Mita. (2019). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah. Skripsi Tidak Dipublikasi*.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Uniyanti. (2017). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Syariah. Skripsi Tidak Dublikasi*.
- Wardiana, Uswah. (2004). *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Bina Ilmu.
- Waluyo, Purwanto dan Pamungkas, Agus. (2003). *Analisis Perilaku Brand Switching Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone di Semarang. Jurnal Bisnis dan Ekonomi*.
- Wibowo, Edy dan Widodo, Untung Hady. (2005). *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor: Ghalia Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Kepada Yth,

Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh

Dengan Hormat,

Saya yang bernama Fera Indria Putri mahasiswi Perbankan Syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry dengan Nim 190603337 sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan, dan Informasi Produk Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh**”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu Sdr/i lakukan berkaitan dengan apa yang Bpk/Ibu Sdr/i rasakan terhadap minat menjadi nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. Data dan identitas responden akan dirahasiakan.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan minat nasabah. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Fera Indria Putri
NIM. 190603337

CARA PENGISIAN ANGKET

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian Pertama:

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda *check* (✓).

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Alamat :
3. Nasabah Produk *Rahn*
☐ Ya ☐ Tidak
4. Jenis kelamin
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
5. Usia responden
☐ < 20 tahun ☐ 21-40 tahun
☐ 41-60 tahun ☐ > 60 tahun
6. Pendidikan terakhir
☐ SD s/d SMA ☐ D3
☐ S1 ☐ Pasca (S2/S3)
7. Pekerjaan
☐ PNS/TNI/POLRI ☐ Pegawai swasta/wiraswasta
☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Ibu rumah tangga / pensiun
8. Sudah berapa lama menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh?
☐ 1-3 tahun ☐ 3-10 tahun
☐ 10-15 tahun ☐ > 15 tahun

Bagian Kedua:

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Bukti Fisik						
1.	Ruang transaksi Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh bersih dan nyaman.					
2.	Penampilan karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai).					
3.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam.					
4.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan.					
Keandalan						
5.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh memberitahukan kepada nasabah tentang produk-produk Pegadaian Syariah.					
6.	Kecepatan karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dalam melakukan transaksi.					
7.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh memberikan pelayanan kepada Nasabah hingga tuntas.					
8.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani dan membantu nasabah.					

Daya Tanggap					
9.	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh tanggap terhadap permintaan Konsumen.				
10	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.				
Jaminan					
11	Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.				
12	Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.				
13	Transaksi Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh bebas dari kekeliruan.				
14	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.				
Empati					
15	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.				
16	Karyawan Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah				

2. Pengetahuan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya mengetahui syarat untuk menggadaikan emas pada Pegadaian Syariah					
2.	Saya mengetahui perbedaan pegadaian syariah dan pegadaian konvensional					
3.	Saya mengetahui prinsip-prinsip pegadaian syariah					
4.	Saya mengetahui Produk-produk Pegadaian Syariah					

5.	Saya mengetahui akad-akad dalam produk pegadaian syariah					
6.	Saya merasa aman menitipkan barang jaminan saya di Pegadaian syariah					

3. Informasi Produk

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya mengetahui produk Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dengan jelas					
2.	harga produk Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh transparan					
3.	Produk Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan saya					
4.	Saya mengetahui manfaat utama produk <i>Rahn</i> pada Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh					
5.	saya merasa aman dan nyaman menggunakan produk <i>Rahn</i> di Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh					

4. Minat Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya setuju bahwa Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh adalah lembaga alternatif dalam membantu kebutuhan saya.					
2.	Saya berminat menjadi nasabah Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh karena memiliki produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.					
3.	Saya berminat menggunakan produk di Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh					

	karena percaya akan kinerja pegadaian tersebut.					
4.	Saya selalu tertarik dengan informasi tentang produk <i>rahn</i> di Pegadaian Syariah.					

Lampiran 2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Minat	16.83	1.378	100
Kualitas Pelayanan	66.56	4.687	100
Pengetahuan	24.93	2.199	100
Informasi Produk	20.48	1.883	100

Lampiran 3 Uji Validitas

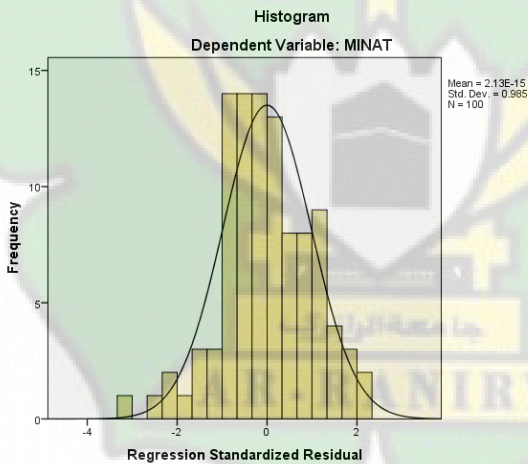
Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas pelayanan	K1	0,348	0,1966	Valid
	K2	0,298	0,1966	Valid
	K3	0,396	0,1966	Valid
	K4	0,262	0,1966	Valid
	K5	0,291	0,1966	Valid
	K6	0,283	0,1966	Valid
	K7	0,597	0,1966	Valid
	K8	0,543	0,1966	Valid
	K9	0,584	0,1966	Valid
	K10	0,553	0,1966	Valid
	K11	0,380	0,1966	Valid
	K12	0,558	0,1966	Valid
	K13	0,566	0,1966	Valid
	K14	0,473	0,1966	Valid
	K15	0,604	0,1966	Valid
	K16	0,487	0,1966	Valid
Pengetahuan	P1	0,312	0,1966	Valid
	P2	0,709	0,1966	Valid
	P3	0,729	0,1966	Valid
	P4	0,768	0,1966	Valid
	P5	0,809	0,1966	Valid
	P6	0,742	0,1966	Valid
Informasi Produk	IP1	0,665	0,1966	Valid
	IP2	0,578	0,1966	Valid

Minat Nasabah	IP3	0,594	0,1966	Valid
	IP4	0,710	0,1966	Valid
	IP5	0,669	0,1966	Valid
	M1	0,617	0,1966	Valid
	M2	0,517	0,1966	Valid
	M3	0,656	0,1966	Valid
	M4	0,645	0,1966	Valid

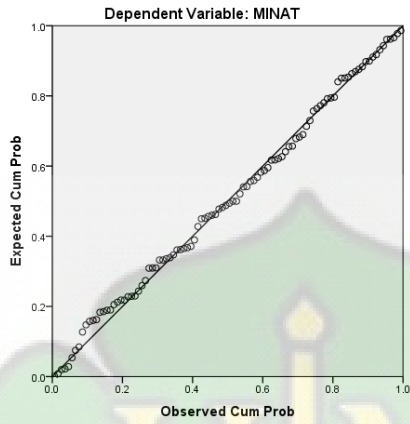
Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,740	0.60	Reliabel
Pengetahuan	0,764	0.60	Reliabel
Informasi Produk	0,633	0.60	Reliabel
Minat Nasabah	0,880	0.60	Reliabel

Lampiran 5 Uji Normalitas



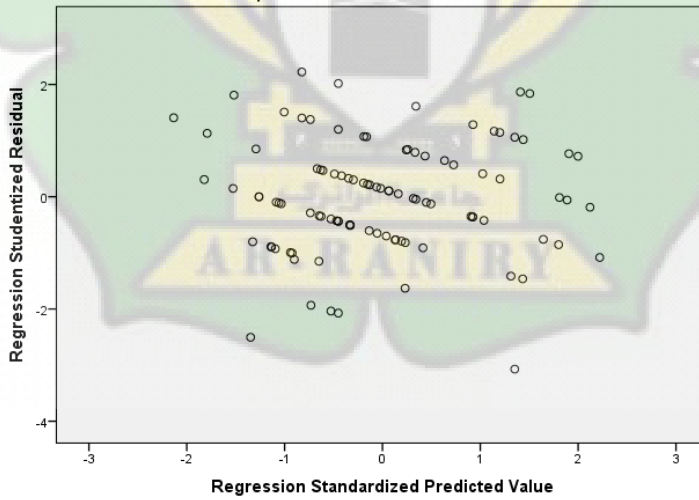
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: MINAT



Lampiran 7 Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.906	1.104
	Pengetahuan	.987	1.014
	Informasi Produk	.899	1.113

Lampiran 8 Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.314	2.438	
	Kualitas Pelayanan	.065	.028	.221
	Pengetahuan	.077	.057	.123
	Informasi Produk	.257	.069	.351

Lampiran 9 Uji-t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.180	.032
	Kualitas Pelayanan	2.350	.021
	Pengetahuan	1.360	.177
	Informasi Produk	3.707	.000

Lampiran 10 Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.749	3	14.250	9.411	.000 ^b
	Residual	145.361	96	1.514		
	Total	188.110	99			
a. Dependent Variable: Minat Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Informasi Produk, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan						

Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.203	1.231
a. Predictors: (Constant), Informasi Produk, Pengetahuan, Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Minat Nasabah				

Lampiran 12 Hasil Kuesioner

No	Nama	Alamat	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Lama Menjadi Nasabah
1	Putri Nur Seha Balqis	Banda Aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
2	Muhammad Reza	Aceh jaya	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
3	Syahrul fahmi	Lr banna, jln. Rukoh Utama, Kota Banda Aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
4	T.R.JUFRIJAL	Nagan raya	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
5	Aisar Riski Baizura	Banda Aceh	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
6	Cut sri mahda widya	Paya udeung	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
7	Desi Lismayanti	Baet	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
8	Rila mariefni	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
9	Pcs	Mbo	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
10	Kaklid	Lamdingin	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
11	Mursal	Kabupaten Nagan Raya	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	3-10 Tahun
12	Muhammad muhajir	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
13	NIRLIA OKTA WIRDA	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
14	Fitriani	Gampong pineung	Perempuan	< 20 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
15	Iffah huwaida kausari	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
16	Fina Syafia Jurini	Nagan Raya	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
17	Hatta	Rukoh	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
18	Doni Anggara	Banda Aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	PNS/TNI/POLRI	1-3 Tahun

19	Riani	Gampong pinenung, syiah kuala, banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
20	Nini safwani	Lampeudaya	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
21	Ajiebbayu	Nagan raya	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wirawasta	1-3 Tahun
22	Cut Fitra Magfirah	Aceh jaya	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
23	Alfat		Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
24	Risa	Meunasah krueng	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
25	Rehal Surbakti	Banda Aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
26	IKRAM MAULANA	Jl petuah rumoh rayeuk GG keluarga	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
27	Rini Saputri	Kajhu, Aceh Besar	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
28	Wanda alfiani	Gampong pineung	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	3-10 Tahun
29	Feraindriaputri	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
30	Winaldo zegerama	Takengon	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
31	Intan jauhari	Nagan raya	Perempuan	41-60 Tahun	S1	PNS/TNI/POLRI	3-10 Tahun
32	Cut intan revadini	Tgk chik dipineng v	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
33	Lidah syahrani	Banda aceh	Laki-laki	41-60 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wirawasta	3-10 Tahun
34	Intan sawadan	Banda aceh	Perempuan	41-60 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	3-10 Tahun
35	Ilham	Ajun jeumpet	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wirawasta	1-3 Tahun
36	Sangat setuju	Yogyakarta	Laki-laki	21-40 Tahun	Pasca (S2/S3)	PNS/TNI/POLRI	1-3 Tahun
37	Khalidi	Banda aceh	Laki-laki	41-60 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wirawasta	1-3 Tahun
38	Naila Fitria	Prada utama	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
39	Khairil akhyar	Banda aceh desa ateuk jawo	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
40	Cut safrida	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
41	Cut lisa novianda	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
42	A rasyid tr	Nagan raya	Laki-laki	41-60 Tahun	Diploma III	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
43	Rosmijah	Nagan raya	Perempuan	41-60 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
44	Elisna	Gp. Pineung	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wirawasta	1-3 Tahun
45	Firzha ade maulina	Komplek perumahan padee permai blok L3 ulee	Perempuan	< 20 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun

		kareng,banda aceh					
46	Aries Munawar	Lhok parom kec Seunagan kab Nagan raya	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	3-10 Tahun
47	Said fahmi	Kuta baro, jeuram	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
48	Hayaton nufus	Alue ie mameh	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
49	Vera	Baet	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
50	Mini darmayanti	Kleng cot arun	Perempuan	< 20 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
51	Naurah kamilia	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
52	Wahyuni aminarah	Ie masen kaye adang	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
53	Julia afrijah	Lampineung	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	3-10 Tahun
54	Cici muliana	Lhok pange	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	PNS/TNI/POLRI	1-3 Tahun
55	Di	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
56	Lisa Novie maulita	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
57	Lia Suriati	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
58	Pn	Kec Darussalam Aceh Besar	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
59	Gadis Belliana	Nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
60	T.murdani	Aceh barat	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	PNS/TNI/POLRI	1-3 Tahun
61	Rama syahputra	Cot lhe- lhe,nagan raya	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
62	M jamin	Banda aceh	Laki-laki	41-60 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
63	Nyak nu	Banda aceh	Perempuan	41-60 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
64	Zahid akmal	Nagan raya	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
65	Ika yulia	Banda aceh	Perempuan	< 20 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
66	Juraida	Aceh barat	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
67	Hesty farida	Desa sapek nagan raya	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
68	Nonong Afifah	Batoh	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
69	Al-Kautsar	Desa peunyerat	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
70	Feni Azalita	Gp. Pineung, Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
71	Muhammad Zikrullah	Cot Iri, Aceh Besar	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
72	Lia susanti	Meunasah Krueng	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun

73	Muhammad Akbar	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	3-10 Tahun
74	Sulistiyawati	Ulee Kareng	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
75	Yusra	Ulee Kareng	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
76	Rahma wati	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Ibu Rumah Tangga/Pensiun	1-3 Tahun
77	Yulia ningsih	Aceh Besar	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
78	Nur Rahma	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
79	Nurhaliza	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
80	Fauzan	Gp. Pineung	Laki-laki	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	3-10 Tahun
81	Putra	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
82	Rina	Aceh Barat	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
83	Cut Intan	Banda aceh	Perempuan	< 20 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
84	Fajriana	Lambhuk	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
85	Nurul Husna	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
86	Akramul Ula	Ulee Kareng	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
87	M. Nazar	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
88	Putri ramadhani	Lingke	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
89	Saleh	Banda aceh	Laki-laki	41-60 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
90	Nurul agustina	Pangoe Dayah	Perempuan	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
91	Nauval	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Pasca (S2/S3)	Pelajar/Mahasiswa	3-10 Tahun
92	Ibrahim	Lamteh	Laki-laki	41-60 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
93	M. Haikal	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
94	Suryani	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	S1	PNS/TNI/POLRI	1-3 Tahun
95	Habibi	Banda aceh	Laki-laki	21-40 Tahun	Diploma III	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
96	Najwa	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	SD s/d SMA	Pelajar/Mahasiswa	1-3 Tahun
97	Zubaidah	Banda aceh	Perempuan	41-60 Tahun	Diploma III	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
98	Ismail	Banda aceh	Laki-laki	41-60 Tahun	SD s/d SMA	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
99	Zulaika	Banda aceh	Perempuan	21-40 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun
100	Lisa Aryanti	Banda aceh	Perempuan	< 20 Tahun	S1	Pegawai Swasta/Wiraswasta	1-3 Tahun