

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK RAHN
EMAS PADA UNIT PEGADAIAN SYARIAH SIMPANG
SURABAYA**



Disusun Oleh :

**Zahratul Aulia
NIM. 180603034**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Zahratul Aulia

NIM : 180603034

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

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RAN Banda Aceh, 06 Desember 2022

Yang Menyatakan



Zahratul Aulia

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam
Memilih Produk Rahn Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Simpang
Surabaya**

Zahratul Aulia
NIM . 180603034

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



Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 19741015 200604 1 002

Pembimbing II



Riza Aulia, S.E.I., M. Sc
NIP. 19880130 201803 1 001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Perbankan Syariah

AR - RANIRY



Dr. Nevi Hasnita, S. Ag., M. Ag
NIP. 19771105 200604 2 003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Emas Pada Unit Pegadaian Simpang Surabaya

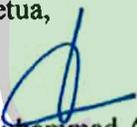
Zahratul Aulia
NIM. 180603034

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

Pada hari/ tanggal : Senin, 12 Desember 2022 M
15 Jumadil Awal H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

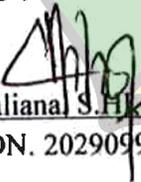
Ketua,


Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

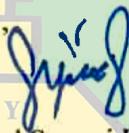
Sekretaris,


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

Penguji I,


Isnaliana S.H., M.A.
NIDN. 2029099003

Penguji II,


Muhammad Syaqui Bin Armia, MBA, CSAA
NIP. 199103062022031001

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


Dr. Hafas Furgani, M. Ed
NIP. 19800625 200901 1 003

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.id

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Zahratul Aulia

NIM : 180603034

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 180603034@student.ar-raniry.ac.id

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

Tugas Akhir KKU Skripsi

yang berjudul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK RAHN EMAS PADA UNIT
PEGADAIAN SYARIAH SIMPANG SURABAYA.**

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 menrepository 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 : 06 Desember 2022

Penulis

Zahratul Aulia
NIM. 180603034

Pembimbing I

Muhammad Arifin, Ph. D
NIP. 197410152006041002

Pembimbing II

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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Menuntut ilmu adalah takwa. Menyampaikan ilmu adalah ibadah. Mengulang-ulang ilmu adalah zikir. Mencari ilmu adalah jihad."

(Abu Hamid Al Ghazali)

*Bismillahirrahmanirrahim Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah
Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

Kedua Orang Tua

*Ayahanda Junaidi dan Ibunda Lilik Farida Sebagai
tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih*

"terimakasih untuk semua cinta dan kasih yang telah ayah dan ibu berikan, terimakasih karena selalu menjaga dalam doa-doa ayah dan ibu, terima kasih telah menjadi orang tua yang sangat sempurna, terima kasih telah memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini, dan terima kasih untuk semua perjuangan dan pengorbanannya.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK RAHN EMAS PADA UNIT PEGADAIAN SYARIAH SIMPANG SURABAYA.**

Shalawat dan salam penulis sanjungkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dan Islam, serta nikmat kemuliaan dalam ilmu pengetahuan.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis banyak menemui hambatan dan kesulitan. Namun, berkat bimbingan, dorongan, dan semangat dari berbagai pihak, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis pada kesempatan ini ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M. Ag selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah, Inayatillah, MA.Ek selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

3. Hafiizh Maulana,SP.,SHI.,M.E selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
4. Muhammad Arifin, Ph.D selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya kepada Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu memberikan bimbingan dengan sabar, memberikan arahan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku Penasehat Akademik, dan seluruh dosen Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan, serta seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan segala fasilitas dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Terima kasih juga Pimpinan dan seluruh karyawan Unit Pegadaian Syariah Simpang Surabaya yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian dan turut membantu memberikan data dan juga kepada seluruh responden nasabah yang telah mau mengisikan kuisisioner penelitian.
7. Taman baca Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, tempat penulis memperoleh berbagai informasi dan sumber-sumber yang berkaitan dalam penulisan.
8. Kepada Orang Tua tercinta, Ayahanda Junaidi dan Ibunda Lilik Farida yang telah membesarkan, memberikan kasih sayang,

cinta, motivasi dan doa yang tiada hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana.

9. Kepada Said Fahrul Razi terima kasih telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis dan seluruh sahabat seperjuangan yang selalu memberikan dukungan dan semangat : Asma,ul Husna, Auriza Apriliana Putri, Alisyah Jahwa Basaqi yang telah memberikan masukan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dan mohon maaf kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak sengaja. Penulis menyadari bahwa penulisan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

بندة آچه، 06 ديسمبر 2022

A R - R A N Penulis,

Zahratul Aulia

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P danK
Nomor:158 Tahun 2019–Nomor: 0543 b/u/2019

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	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	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	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>Fatḥah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

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

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

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

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
ي / َ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ :qāla

رَمَى :ramā

قِيلَ :qīla

يَقُولُ :yaqūlu

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *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:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Ṭalḥah*

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 : Zahratul Aulia
NIM : 180603034
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Emas Pada UPS Simpang Surabaya.
Tebal Skripsi : 178 Halaman
Pembimbing I : Muhammad Arifin, Ph. D
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I., M.Sc

Penelitian ini membahas pengaruh faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah terhadap minat nasabah memilih produk rahn emas. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh dari faktor tersebut terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk rahn emas. Jenis penelitian yaitu kuantitatif serta teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah *convenience sampling*. Populasi yang digunakan yaitu nasabah produk Rahn emas dengan jumlah sampel 251 responden. Hasil penelitian menunjukkan berpengaruh dan signifikan karena ditemukan nilai t-hitung lebih besar dibandingkan t-tabel pada setiap variabel. Selanjutnya secara simultan terdapat pengaruh pada setiap variabel terhadap minat nasabah menggunakan produk rahn di UPS Simpang Surabaya

Kata Kunci: *Promosi, Pelayanan, Prosedur Pencairan Dana, Minat Nasabah, Rahn Emas*

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
LEMBARAN PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK.....	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
DAFTAR SINGKATAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan Masalah	9
1.3 Rumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penulisan	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Minat Nasabah	14
2.1.1 Indikator Minat	17
2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah	18
2.2.1 Promosi.....	18
2.2.2 Pelayanan.....	20
2.2.3 Prosedur Pencairan Dana.....	23
2.2.4 Alasan Syariah.....	24
2.3 Produk Rahn Emas(Gadai Emas)	26
2.3.1 Definisi Rahn Emas	26
2.3.2 Akad Gadai Syariah.....	29

2.3.3 Landasan Hukum Rahn	29
2.3.4 Ketentuan Hukum Rahn	31
2.4 Marketing Mix	33
2.4.1 Promotion	34
2.4.2 People (SDM)	34
2.4.3 Process	35
2.5 Penelitian Terkait	36
2.6 Kerangka Penelitian	39
2.7 Pengembangan Hipotesis	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian	47
3.2 Lokasi Penelitian	48
3.3 Sumber Data	48
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.6 Metode Analisis Data	52
3.7 Skala Pengukuran	52
3.8 Variabel Operasional	53
3.8.1 Variabel Dependen	54
3.8.2 Variabel Independen	54
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian	59
3.9.1 Uji Validitas	59
3.9.2 Uji Realibilitas	60
3.10 Uji Asumsi Klasik	60
3.10.1 Uji Normalitas	60
3.10.2 Uji Multikolinieritas	61
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	61
3.11 Analisis Regresi Linier Berganda	61
3.12 Pengujian Hipotesis	62
3.12.1 Uji Statistik t (Parsial)	63
3.12.2 Uji F (Simultan)	63
3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

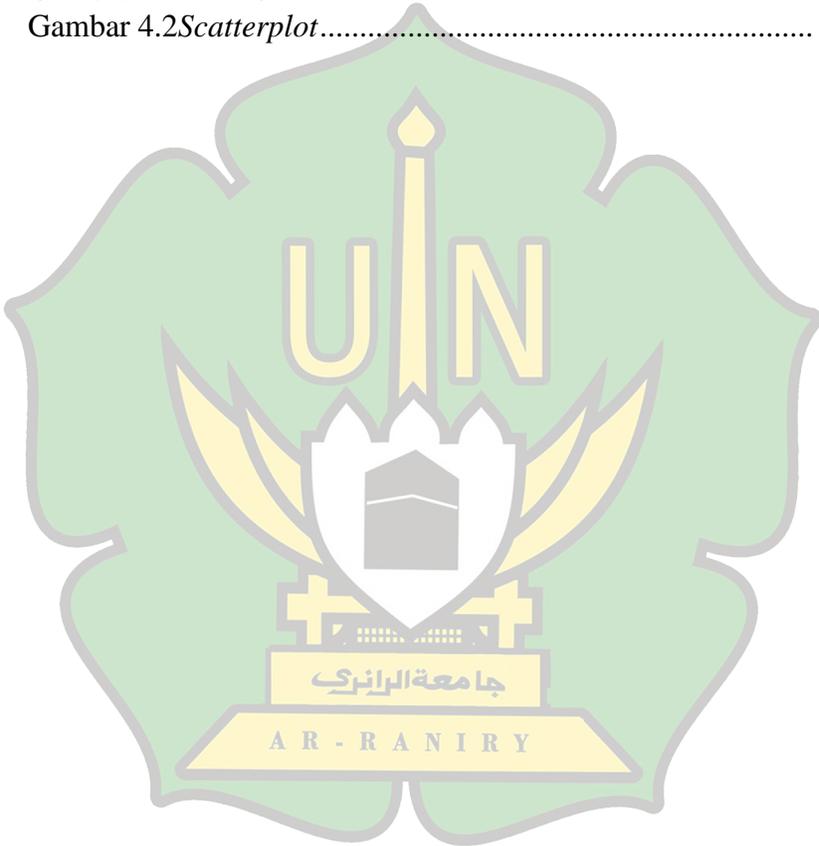
4.1 Sejarah Unit Pegadaian Syariah	65
4.1.1 Visi dan Misi Pegadaian Syariah	66
4.2 Deskripsi Data Penelitian	67

4.2.1 Karakteristik Responden	67
4.3 Tanggapan Responden.....	72
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	72
4.4.1 Uji Validitas Intrumen	72
4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	73
4.5 Uji Asumsi Klasik	74
4.5.1 Uji Normalitas	74
4.5.2 Uji Multikolinieritas	76
4.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	76
4.6 Uji Linear Berganda	77
4.7 Pengujian Hipotesis.....	79
4.7.1 Uji T (Uji Parsial).....	79
4.7.2 Uji F (Uji Simultan).....	82
4.7.3 Koefisien Determinasi (R ²).....	82
4.8 Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 3.1 Rumus Isaac & Michael.....	49
Gambar 3.2Rumus Regresi Linear Berganda	62
Gambar 4.1 <i>PP-Plot</i>	75
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i>	77



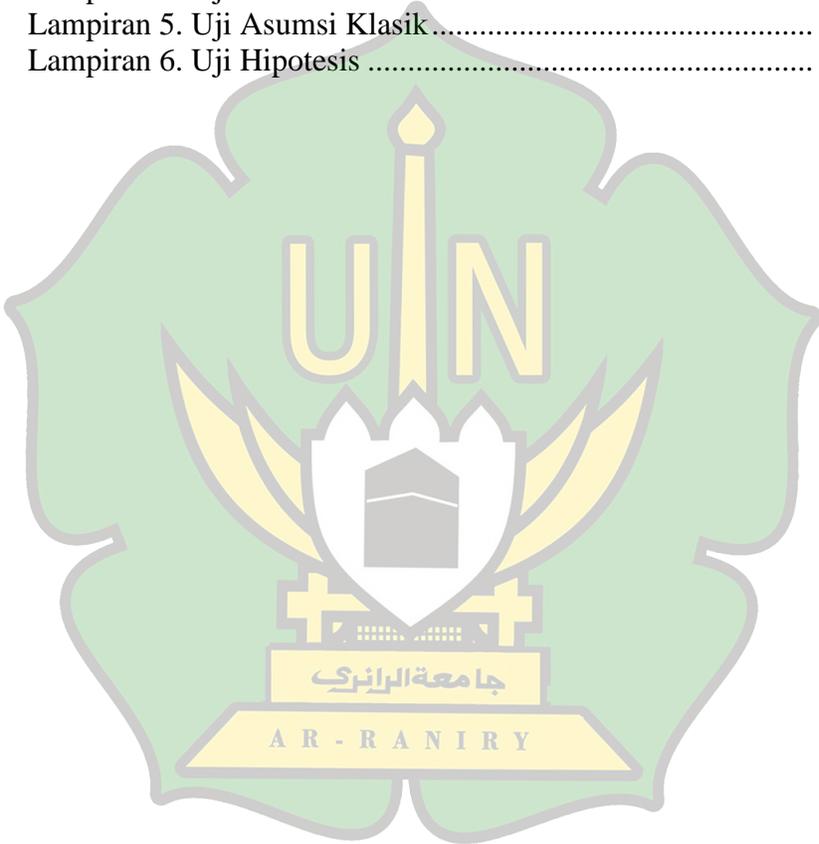
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Produk Rahn	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Item Instrumen yang Menggunakan Skala Ordinal..	53
Tabel 3.2 Operasional Variabel	55
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Usia	68
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir.....	69
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Alamat.....	70
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Pekerjaan.....	71
Tabel 4.6 Uji Validitas	72
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.8 Uji Normalitas	75
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas.....	77
Tabel 4.11 Uji Linear Berganda	80
Tabel 4.12 Uji T (Parsial).....	82
Tabel 4.13 Uji F (Simultan).....	82
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	85



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 2. Karakteristik Responden	109
Lampiran 3. Tanggapan Responden	112
Lampiran 4. Uji Instrumen Penelitian	152
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	152
Lampiran 6. Uji Hipotesis	158



DAFTAR SINGKATAN

DSN	: Dewan Syariah Nasional
MUI	: Majelis Ulama Indonesia
UMKM	: Usaha Mikro Kecil Menengah
ULGS	: Unit Layanan Gadai Syariah
UPS	: Unit Pegadaian Syariah



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak nasabah yang menggadaikan barang yang dimiliki untuk memperoleh uang tanpa harus menjual barang berharganya. Dengan permasalahan ekonomi yang sedang terjadi, banyak lembaga-lembaga bermunculan untuk mengatasi masalah ekonomi tersebut, salah satunya lembaga keuangan syariah. Sejumlah individu juga ikut peka dengan adanya perkembangan permasalahan sosial ekonomi masyarakat dengan memberikan respon yang positif terhadap ide yang dikembangkan untuk mendirikan lembaga keuangan syariah yang berbentuk bank maupun non bank di Indonesia kini hadir lembaga keuangan yang beroperasi dengan sistem gadai yang dapat membantu masyarakat dalam penyediaan dana yaitu pegadaian syariah (Anzal, 2021).

Pegadaian Syariah adalah salah satu lembaga keuangan syariah yang hadir untuk memberikan alternatif pendanaan yang sangat efektif serta efisien sehingga tidak memberatkan bagi masyarakat yang melakukan pinjaman dan tidak menyebabkan masalah yang baru setelah melakukan pinjaman dengan menggunakan transaksi Gadai atau *Rahn* sesuai dengan motonya “*Mengatasi masalah tanpa masalah*”. Saat ini sudah banyak produk-produk keuangan yang berbasis syariah dan banyak diminati oleh masyarakat Indonesia termasuk Aceh

tidak terkecuali pegadaian. Sehingga dengan meningkatnya perkembangan dari produk-produk keuangan tersebut PT. Pegadaian Syariah juga turut serta dalam menyediakan produk-produk keuangan yang berbasis syariah. Kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip syariah sangat populer di kalangan ini (Hadijah, 2015).

Hadirnya Pegadaian Syariah ini merupakan suatu hal yang disebut positif di tengah masyarakat yang sangat butuh pinjaman, karena pegadaian syariah memiliki tujuan utama yaitu mengurangi masyarakat yang menggunakan praktik-praktik ijon, rentenir, atau lintah darat yang bunganya relatif tinggi untuk membantu permasalahan keuangan mereka. Pegadaian syariah juga berkomitmen untuk mengembangkan produk-produk jasa keuangan, salah satunya adalah produk gadai emas syariah (*Rahn emas*) yang dibutuhkan oleh masyarakat. Produk gadai emas syariah (*rahn emas*) adalah suatu pembiayaan dengan memberikan tanggungan berupa emas sebagai alternatif untuk memperoleh uang tunai atas dasar hukum gadai berprinsip syariah (Habiburahim, 2012).

Pegadaian syariah juga menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk memperoleh dana dan pembiayaan salah satunya dalam memilih produk Rahn emas. Produk pegadaian syariah yang satu ini sangat banyak diminati oleh masyarakat yang berada di Banda Aceh juga sekitarnya. Dengan kata lain produk Rahn emas ini proses pencairan dananya sangat cepat

dan mudah sehingga masyarakat atau nasabah tidak memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan pembiayaan dari produk Rahn emas (Mubarak & Indriyani, 2014).

Menurut Kartajaya (2016) landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dengan fatwa Dewan Syariah PP Nomor 103 Tanggal 10 November 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSNMUI/III/2002 tentang rahnyang memperbolehkan gadai emas berdasarkan prinsip *Rahn*. Fatwa ini menjelaskan bahwa gadai emas (*rahn emas*) diperbolehkan selama tidak terdapat unsur riba. Fatwa DSN Nomor 26 DSN-MUI/III/2002 juga mengatur tentang biaya penyimpanan barang (*marhun*) yang ditanggung oleh pegadai, namun fatwa ini juga terdapat batasan dimana ongkos yang dibebankan kepada pegadai (*rahin*) besarnya pengeluaran biaya ini dilihat atas dasar keperluan yang dibutuhkan. Didalam kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal 1150, gadai merupakan seseorang yang memperoleh suatu hak untuk mendapatkan piutang atas suatu barang yang bergerak ataupun tidak, barang tersebut dijadikan tanggungan untuk diserahkan kepada orang yang berpiutang oleh orang yang berhutang atau oleh orang lain atas nama orang yang memiliki hutang. Gadai juga termasuk kedalam salah satu tipe perjanjian hutang piutang. Unsur kepercayaan sangat diperlukan untuk memberikan jaminan dari barang yang dijadikan sebagai tanggungan. Hak milik dari barang yang dijadikan sebagai

jaminan atas hutang tersebut akan tetap menjadi milik si penghutang hanya barang tersebut dikuasa oleh orang yang memberikan piutang.

Hal tersebut menjadikan Pegadaian syariah memiliki daya tariknya sendiri sehinggadapat menarik banyak minat nasabahnya untuk melakukan transaksi yaitu menggunakan jasa layanan pegadaian syariah salah satu produk yang memiliki karakteristik sendiri seperti, tidak memberlakukan sistem bunga dalam bentuk apapun dikarenakan terdapat unsur riba, uang ditetapkan sebagai alat tukar dalam bertransaksi bukan digunakan sebagai komoditas yang diperdagangka atau diperjualkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpang barang tersebut juga terdapat biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut akan dihitung dari nilai barang yang digadaikan bukan dari jumlah pinjaman yang diterima (Hadijah,2015:2).

Menurut Pratiwi (2015) minat nasabah merupakan kecenderungan tetap dalam diri subjek untuk menjadi lebih tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang terlibat di dalamnya. Secara umum arti dari keputusan konsumen adalah *“a decision is the selection of on option from two or more alternative choices”* yaitu suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada. Definisi keputusan konsumen adalah proses

pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Minat seseorang untuk berinvestasi merupakan suatu usaha yang akan terus diupayakan berkembang dan agar investasi tersebut dapat mendatangkan keuntungan bagi pemiliknya.

UPS Pegadaian Simpang Surabaya merupakan salah satu pegadaian syariah yang terletak di Lamseupeung Jl. T. Imum Lueng Bata, Kampung Baru, Baiturrahman, Banda Aceh. Perkembangan nasabah di UPS Simpang Surabaya terus meningkat terutama pada produk gadai emas. Nasabah pada pegadaian syariah ini terus terjadi penambahan setiap tahunnya, dapat dilihat dari table berikut ini :

Table 1.1
Data jumlah nasabah produk gadai emas(*Rahn*)
Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya
2019- Maret 2022

UPS Simpang Surabaya					
Tahun	Gol A (50-500)	Gol B (550-5Jt)	Gol C (5Jt-20Jt)	Gol D (20Jt-100Jt)	Total
2019	2	25	9	1	37
2020	14	162	95	24	295
2021	44	786	351	124	1.305
Maret-22	61	1.086	437	236	1.820
Jumlah					3.457

Sumber : Data diolah UPS. Simpang Surabaya (2019- Maret 2022)

Berdasarkan tabel di atas tersebut dapat dilihat bahwa jumlah nasabah di UPS. Simpang Surabaya dari tahun 2019 hingga Maret 2022 terus mengalami peningkatan, hal tersebut juga dengan jumlah dana yang telah tersalurkan juga mengalami peningkatan yang signifikan. Pegadaian syariah juga menuntut untuk terus bersaing dengan mengembangkan strategi pemasaran sehingga dapat terus memberikan peningkatan yang kompetitif. Dalam masalah ini maka faktor-faktor yang diduga sebagai faktor yang mendasari minat nasabah menggunakan produk Rahn emas yang didapat dari riset sebelumnya dan teori-teori yang dapat digunakan sebagai rujukan. Dalam hal ini maka yang menjadi faktor yang mempengaruhi minat nasabah ialah faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah.

Menurut Tedjakusuma (2013), promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh para pemasar untuk menginformasikan serta mempengaruhi para calon konsumen agar mendapatkan suatu respon positif dari mereka. Promosi dianggap sebagai salah satu faktordasar dalam mempengaruhi minat nasabah. Dengan adanya promosi ini keberadaan suatu produk akan mudah diketahui oleh masyarakat luas dan berkembang secara maksimal salah satunya produk Rahn emas.

Menurut Khasanah (2014), nilai pelayanan terhadap nasabah merupakan hal yang sangat penting, karena mengingat jasa pegadaian merupakan jasa yang professional, sehingga

pelayanan merupakan proses untuk pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Dalam hal ini pelayanan jelas sangat dibutuhkan, baik dari diri sendiri maupun dari orang lain.

Menurut Setyowati (2017), prosedur pencairan dana berkaitan dengan proses atau langkah-langkah dalam memperoleh pinjaman ketika masyarakat menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. Pada Pegadaian Syariah memberikan kemudahan dalam hal pencairan pinjaman sehingga prosedur tersebut menjadi sangat mudah dan cepat tanpa harus membuka buku rekening. Oleh sebab itu prosedur pencairan pinjaman diduga menjadi salah satu faktor utama yang mendasari minat nasabah dalam menggunakan produk Rahn emas di pegadaian syariah.

Menurut Setyowati (2017), hukum tentang riba sudah dijelaskan dalam syariat Islam, sehingga alasan syariah ini juga dapat mempengaruhi minat nasabah dalam memilih untuk menggunakan suatu produk atau menggunakan jasa yang berkaitan langsung dengan pembiayaan. Pegadaian Syariah Unit Simpang Surabaya juga sudah masuk kedalam kategori lembaga keuangan yang syariah sehingga tidak perlu untuk diragukan alasan syariahnya. Maka dari itu faktor dari alasan syariah diduga menjadi alasan penting bagi nasabah untuk berminat dalam memilih produk Rahn emas pada pegadaian syariah.

Adapun dari penelitian terdahulu mengenai promosi terhadap minat nasabah dalam memilih menggunakan produk rahn emas yang diteliti oleh Dewi (2017) dan Silviana (2018) memiliki hasil penelitian yaitu promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Penelitian terdahulu mengenai prosedur pencairan dana terhadap minat nasabah dalam memilih produk rahn emas memiliki hasil penelitian bahwa prosedur pencairan dana berpengaruh terhadap minat nasabah sesuai dengan hasil yang diteliti oleh Dewi (2017). Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Adip (2014) mengenai alasan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk rahn emas. Penelitian terdahulu mengenai pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah yang diteliti oleh Dewi (2017).

Dari permasalahan tersebut di atas penulis mempunyai keinginan melakukan penelitian terhadap masalah tersebut dan menuangkannya dalam bentuk skripsi yang berjudul:
“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK RAHN EMAS UNIT PEGADAIAN SYARIAH SIMPANG SURABAYA”.

1.2 Batasan Masalah

Karena terdapat keterbatasan waktu, tenaga, pikiran, biaya serta kemampuan pada penulis dalam melakukan penelitian ini

maka dalam penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut:

1. Peneliti hanya menguji minat nasabah terhadap produk Rahn emas berdasarkan faktor-faktor yaitu promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah.
2. Subjek dari penelitian ini adalah nasabah Pegadaian Syariah UPS. Simpang Surabaya.
3. Peneliti mengambil sampel penelitian dari Pegadaian Syariah UPS. Simpang Surabaya.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya?
2. Apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya?
3. Apakah prosedur pencairan dana berpengaruh terhadap minat nasabah dalam dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya?
4. Apakah alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya?

5. Apakah faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah secara simultan mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah penelitian tersebut, maka penulis mengidentifikasi tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah faktor promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
2. Untuk mengetahui apakah faktor pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
3. Untuk mengetahui apakah prosedur pencairan dana berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
4. Untuk mengetahui apakah alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
5. Untuk mengetahui apakah faktor promosi, prosedur pencairan dana dan alasan syariah secara simultan mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna serta bermanfaat untuk memperbanyak ilmu pengetahuan ekonomi terutama dalam Perbankan Syariah yang berhubungan Pegadaian Syariah salah satunya produk yaitu mengenai *Rahn* emas.

b. Manfaat Praktis

Dari aspek praktis, hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat dipergunakan Pegadaian Syariah Unit Simpang Surabaya dan tempat lain sebagai masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas di Pegadaian Syariah sehingga nantinya bisa memberikan informasi mengenai minat nasabah, sehingga Pegadaian Syariah dapat meningkatkan kinerja yang lebih baik.

c. Manfaat Kebijakan

Memberikan arahan atas kebijakan untuk mengembangkan perekonomian khususnya dalam segi pembiayaan sehingga lebih efektif dan efisien terutama dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk *Rahn* emas

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran umum sehingga bisa memperjelas hal-hal yang berkaitan dengan pokok-pokok uraian dalam penelitian ini, penulis membaginya dalam beberapa bab yang disusun secara sistematis dalam 5 bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memberikan uraian singkat mengenai latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang kajian pustaka yang meliputi dari landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, kemudian pengembangan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah yang menguraikan tentang metode pendekatan masalah, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, variabel penelitian serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang data-data yang akan dikumpulkan dalam penelitian dan pengolahan data yang digunakan sebagai dasar pada pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi minat nasabah dan mengemukakan analisis hasil pengolahan data dan pemecahan dari masalah yang ada.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang merupakan hasil dari penelitian terdahulu yang diharapkan dapat berguna serta memberi manfaat bagi pihak yang membutuhkan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Minat Nasabah

Menurut Fajri (2018) minat daya gerak yang mendorong kita untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Minat juga memiliki karakteristik sebagai suatu kesadaran atau ketertarikan seseorang pada suatu objek, orang, masalah, atau situasi yang memiliki kaitan dengan dirinya. Dikarenakan minat menyangkut dengan kesadaran seseorang berarti hal ini juga menyangkut dengan aspek psikologis dimana aspek ini bersangkutan langsung dengan tinggi dan rendahnya perhatian dan dorongan psikologis pada setiap orang, dan tinggi rendahnya minat terhadap objek pada setiap orang juga belum tentu sama. Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih keliatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dalam pengambilan keputusan, maka seorang nasabah melalui serangkaian proses yang diawali oleh input. Input ini adalah semua stimulus atau rangsangan sehingga nasabah bisa untuk melakukan tindakan tertentu (Setyawan, 2014).

Menurut Anzal (2021) minat adalah perilaku yang timbul dari diri sendiri yang dimana mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman

dalam memilih dan menggunakan tanpa ada paksaan dari orang lain. Fungsi dalam melakukan kehendaknya juga berhubungan erat dengan pemikiran dan perasaan. Kecendrungan berfikir untuk bergerak termasuk kedalam sektor yang rasional analisis. Sedangkan perasaan lebih bersifat halus atau tajam untuk mendapatkan kebutuhan. Serta akal berfungsi sebagai pengingat fikiran dan perasaan untuk mengkoordinasikan sesuatu yang harmonis, agar kehendak dapat diatur sebaik-baiknya.

Menurut Samarwan dalam Kuncoro&Aditya (2010) nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan). Sebenarnya istilah nasabah sendiri tidak hanya merujuk kepada pelanggan bank tetapi juga badan lembaga keuangan non bank seperti Perusahaan Asuransi dan Pegadaian Syariah. Arti nasabah pada lembaga keuangan sangat penting, nasabah itu ibarat nafas yang sangat memberi pengaruh besar terhadap kelanjutan suatu bank atau lembaga keuangan. Oleh karena itu bank atau lembaga keuangan harus dapat menarik daya tarik banyak nasabah agar mereka dapat melakukan transaksi keuangan sehingga dana yang terkumpul dari nasabah dapat diputar dan nantinya disalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank atau lembaga keuangan.

Pandangan Islam terhadap minat nasabah ada didalam Al-quran pada surah Al-Alaq yaitu ayat pertamanya yang berbunyi “Bacalah” terdapat perintah agar kita dapat membaca arti dari

makna ayat tersebut bukan hanya membaca buku atau yang lainnya tetapi kepada setiap aspek yang bersangkutan dengan cakrawala pada jasa yang merupakan salah satu bentuk dari tanda-tanda kebesaran-Nya sehingga kita dapat berpikir serta memahami apa yang sebenarnya yang menjadi daya tarik terhadap minat yang kita miliki untuk memilih menggunakan produk Rahn emas. Pandangan Islam terhadap ekonomi juga sangat diperhatikan, dikarenakan kehidupan ini juga terdapat sarana yang termasuk kedalam sarana perekonomian sehingga Iman Al-Ghazali mengemukakan bahwasannya sarana yang diperlukan untuk menuju kehidupan akhirat ialah kehidupan dunia atau kehidupan ekonomi (Arni, 2017).

Menurut Fajri (2018) minat nasabah merupakan suatu bagian yang termasuk kedalam komponen perilaku seorang konsumen dalam sikap memutuskan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa keuangan. Minat menjadi salah satu sumber energi untuk melaksanakan tugas atau kegiatannya untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri. Minat nasabah terhadap produk *Rahn* (gadai emas) di Pegadaian Syariah dapat dikatakan bahwa minat merupakan faktor yang berasal dari dalam diri manusia atau nasabah dan memberi fungsi sebagai pendorong untuk berbuat sesuatu yang akan terlihat pada indikator “Rasa senang, memberi perhatian, dan berperan serta dalam kegiatan atau kemauan”.

Pegadaian Syariah menjelaskan bahwa minat nasabah terhadap produk Rahn emas merupakan suatu faktor yang dihasilkan dari dalam diri manusia yang memiliki fungsi sebagai faktor pendorong yang dilihat sebagai indikator utama bagi nasabah dalam memilih suatu produk atau jasa. Nasabah sendiri adalah sekumpulan orang yang terikat oleh suatu kebudayaan yang dianggap sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat nasabah merupakan sebuah penentuan dari sejumlah orang untuk menentukan pemilihan antara rasa suka dan tidak suka pada suatu objek, dan partisipasi seseorang pada suatu kegiatan yang ia sukai dan hanya semata-mata keinginannya sendiri dan timbulnya ketertarikan individu terhadap sesuatu yang sifatnya tetap agar dapat lebih mengingat serta memperhatikan secara terus menerus dan juga diikuti dengan rasa senang untuk memperoleh suatu kepuasan (Setyowati, 2017).

2.1.1 Indikator Minat Nasabah

Terdapat beberapa macam indikator dari minat nasabah menurut Fajri (2018):

1. Minat refrensial adalah sifat kecenderungan yang dimiliki seseorang untuk memrekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
2. Minat preferensial adalah minat yang menggambarkan sikap serta perilaku seseorang yang memiliki prefrensi terhadap produk, apabila terjadi pada sesuatu produk maka preferensi bisa digantikan.

3. Minat eksploratif adalah minat dari perilaku seseorang yang bisa menggambarkan untuk selalu mencari informasi mengenai suatu produk yang menarik minat dari perhatiannya serta untuk mendukung kualitas positif produk.

2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk Rahn berdasarkan kajian serta teori pada penelitian terdahulu, tetapi peneliti ingin menguji kembali beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah yaitu faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah. Peneliti juga akan membahas pengertian beserta indikator dari setiap faktor berdasarkan teori dari penelitian sebelumnya.

2.2.1 Promosi

Menurut Jakfar (2012) promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Promosi merupakan kegiatan yang sangat ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen.

Tujuan dari promosi ialah meluaskan informasi produk kepada target pemasaran, menerima peningkatan penjualan dan laba, menerima pelanggan baru dan menjaga keutuhan pelanggan, menjaga konsistensi penjualan saat terjadi lemah pasar, memberikan pembedaan dan mengunggulkan produk daripada

produk pesaing, mengukir citra produk di pandangan konsumen sesuai dengan apa yang diekspektasikan. Semakin baik promosi yang dilakukan akan semakin meningkat kepercayaan dan keyakinan konsumen, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian (Tedjakusuma, 2013:56).

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa promosi tersebut adalah sejenis komunikasi yang memberikan keterangan yang lebih jelas untuk meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan dari promosi untuk menarik perhatian atau mempengaruhi dan meyakinkan konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan.

2.2.1.1 Indikator Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2009) yang termasuk kedalam indikator-indikator dari promosi diantaranya :

1. Pesan promosi adalah tolak ukur dari seberapa baik pesan promosi yang dilakukan dan disampaikan ke konsumen atau pasar.
2. Media promosi adalah media yang dipilih dan digunakan sebagai alat untuk melakukan promosi oleh suatu lembaga.
3. Waktu promosi adalah seberapa lama waktu perusahaan untuk melakukan program promosi.
4. Frekuensi promosi adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam selang waktu oleh sebuah perusahaan melalui media promosi.

2.2.1.2 Tujuan Promosi

Menurut Hendra (2017) Tujuan utama dari melakukan promosi adalah untuk mencari keuntungan, tapi secara umum tujuan dari promosi diantaranya :

1. Memberikan informasi (*informing*) kepada pelanggan tentang produk atau fitur yang terbaru. Dengan memberikan informasi mengenai produk tersebut maka akan dapat mengurangi suatu ketakutan dan kekhawatiran dari para pelanggan.
2. Mengingatkan (*remind*) kepada pelanggan dengan nama produk dari suatu perusahaan. *Remind* disini juga bisa berupa mengingatkan segala produk yang ingin dipromosikan dengan tujuan supaya pelanggan tetap ingat dengan produk tersebut.
3. Memberikan pengaruh (*persuading*) kepada pelanggan untuk menggunakan produk. *Persuading* berfungsi untuk membentuk suatu nama produk tersebut supaya pelanggan tidak memilih produk lain. *Persuading* juga berpengaruh untuk pelanggan agar bisa menggunakan produk pada saat itu juga secara langsung.

2.2.2 Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak. Alasannya pelayanan merupakan salah satu kunci

keberhasilan suatu dunia usaha dan merupakan gambaran kebiasaan yang diberikan kepada orang lain dalam bentuk sikap, kegiatan mulai dari perencanaan dalam membuat suatu produk, berupa barang atau jasa dilanjutkan dengan proses pengepakan, penyaluran dan berakhir pada kepuasan konsumsi (Sinta, 2017).

Sedangkan kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dalam prakteknya, konsumen memerlukan bantuan pelayanan seseorang (*costumer service*, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir(Huda, 2010).

Dalam proses pelayanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu (1) penyediaan layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen baik dalam layanan penyediaan jasa atau barang, (2) penerimaan layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima pelayanan dari penyediaan layanan, (3) jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyediaan layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan (Rianto, 2010:214).

2.2.2.1 Indikator pelayanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry didalam Hardiyansyah (2011) kualitas dari pelayanan terdapat 5 dimensi diantaranya:

1. Keandalan (*reability*) adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependeably*) terutama dalam memberikan jasa secara tepat waktu, sesuai dengan tata cara dan jadwal yang telah ditentukan dan tanpa adanya kesalahan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan atau keinginan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.
3. Jaminan (*assurance*) adalah suatu pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercayai untuk menghilangkan sifat ragunya konsumen.
4. Empati adalah suatu sikap dari kontak personal untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi serta hubungan yang baik.
5. Tampilan fisik (*tangible*) adalah tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan lain-lain.

2.2.2.2 Tujuan dan manfaat pelayanan

Tujuan dari pelayanan adalah untuk memberikan fasilitas pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan atau masyarakat serta untuk menarik perhatian pelanggan atau masyarakat agar dapat melakukan transaksi sehingga dapat meningkatkan kegiatan jual beli. Pandangan Islam terhadap pelayanan ini bertumpu pada Islam yang menetapkan system tolong menolong serta bantu membantu dalam melakukan perbuatan yang memiliki nilai kebaikan dan ketaqwaan saja, dan tidak boleh membantu dalam kegiatan yang dapat mencelakai sesama umat atau yang menimbulkan dosa (Noer, 2014).

2.2.3 Prosedur Pencairan Dana

Menurut Andrayani (2014), Pencairan dana adalah pekerjaan yang direncanakan, dikerjakan, dan diawasi oleh diri sendiri sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan pada peraturan yang berlaku mengenai pedoman pengadaan barang dan jasa pemerintah. Prosedur pencairan dana merupakan proses atau langkah-langkah dimana berkaitan dengan masyarakat dalam mendapatkan pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan.

Pencairan dana dapat dilakukan hanya dalam 1 hari, sesuai dengan Peraturan Direktorat Jenderal Perbendaharaan No Per 66/PB/2005 yaitu pasal 13 butir 2 yang berbunyi Penerbitan Surat Perintah Pencairan Dana wajib diselesaikan oleh KPPN

dalam batas waktu paling lambat 1 hari kerja setelah diterima SPM secara lengkap (Kemenkeu.go.id)

2.2.3.1 Indikator prosedur pencairan dana

Menurut Khasanah (2014) indikator dari prosedur pencairan dana yaitu diantaranya:

1. Fleksibilitas yaitu kemampuan untuk bekerja dengan efektif dan beradaptasi dalam situasi yang berbeda dengan berbagai individu maupun kelompok.
2. Kemudahan yaitu sesuatu yang diinginkan dan disukai oleh manusia karena tidak mempersulit dan tidak berbelit-belit.
3. Kesederhanaan yaitu suatu kondisi, property atau kualitas ketika segalanya dapat dipertimbangkan untuk dimiliki.

2.2.4 Alasan Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) memiliki peran untuk memastikan bahwa operasional intitusi pegadaian syariah harus memenuhi prinsip syariah, alasannya karena di Aceh menganut Qanun Syariah Islam, seandainya tidak diterapkan syariah berakibatkan bunga yang hukumnya haram dalam Islam merajalela, sistem bunga membuat nsabah terjerat dan merugi secara batil. Demikian pula dengan pegadaian syariah diharuskan dapat mematuhi keputusan syariah untuk menjauhi riba dan praktik gadai yang tidak sesuai dengan landasan syariah. Islam merupakan salah satu sistem jalan hidup yang

utuh dan terpadu. Islam juga memberikan panduan yang sangat dinamis pada semua sektor kehidupan termasuk pada sektor bisnis dan transaksi keuangan hal ini diharapkan dengan menggunakan sistem syariah ini dapat memberikan kemaslahatan bagi umat salah satunya untuk kebaikan pada lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah adalah tidak boleh meminta kelebihan dari pokok pinjaman akan tetapi kelebihan dari sisa keuntungan karena hal yang dimaksud tergolong ke riba, sebagaimana yang kita ketahui bahwa riba di dalam Islam sangat diharamkan (Setyowati, 2017).

2.2.4.1 Indikator Alasan Syariah

Menurut Setyowati (2017) indikator alasan syariah diantaranya:

1. Kepatuhan agama yaitu menggunakan pegadaian syariah dikarenakan sudah berbasis syariah yang diyakini lebih baik dan juga menentramkan, akad nya yang sudah sesuai dengan ajaran Islam dan juga pelayanannya yang tidak menyeleweng dari syariat Islam.
2. Bisnis yang dijalankan juga sudah halal, sumber dana yang digunakan juga berasal dari sumber yang halal sehingga tidak akan terjadi spekulasi dan ketidakjelasan.
3. Tidak terdapat unsur riba, gharar dan maysir di dalam transaksi dikarenakan hanya perlu membayar biaya penitipan saja.

2.2.4.2 Tujuan Alasan Syariah

Menurut Fajri (2018) menyatakan bahwa syariah antara lain bertujuan untuk:

1. Untuk menunjukkan bahwa nilai-nilai ajaran dan ketentuan Allah itu lebih tinggi dan luhur dibandingkan dengan pemikiran manusia, hal ini sangat sesuai dengan firman Allah SWT.
2. Untuk melaksanakan syariah yang telah ditetapkan oleh Allah SWT kepada umat manusia. Dikarenakan Allah SWT juga telah menetapkan syariahnya masing-masing bagi setiap umat, sebagaimana yang telah disebutkan dalam Firman-Nya dalam surat al-Hajj.
3. Untuk mempersatukan pandangan hidup dan juga perbuatan manusia.
4. Untuk kesejahteraan dan kemashlatan hidup umat manusia, baik di dunia dan akhirat.

2.3 Produk Rahn Emas (Gadai Emas)

2.3.1 Defenisi Rahn Emas

Menurut Huda (2010) *Ar-Rahn* menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang memperoleh jaminan untuk mengambil untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutang sesuai dengan perjanjian yang disepakati. *Rahn* sendiri adalah penjanjian untuk menyerahkan barang dan dijadikan sebagai jaminan sehingga orang yang bersangkutan boleh mengambil utang perjanjian *rahn* (gadai)

didalam Islam adalah perjanjian untuk menyimpan barang sebagai jaminan utang. Rahn ini juga adalah akad utang piutang seseorang dengan menjanjikan barang yang mempunyai nilai jual yang dijadikan sebagai jaminan atas pemberian pinjaman (Mulazid & Sofyan, 2016).

Menurut Rahma (2010) *Rahn* atau gadai ialah suatu perjanjian utang piutang yang mana seseorang menerima kepercayaan orang lain untuk berpiutang dengan memberikan barang jaminan, sehingga orang tersebut memberikan barang yang memiliki nilai untuk digadaikan dan barang tersebut tetap akan menjadi milik orang yang berhutang hanya saja barang tersebut dikuasai oleh si penerima gadai (berpiutang). Praktek ini sudah terjadi sejak zaman Rasulullah SAW, dan rasul pun juga pernah mempraktekkan kegiatan gadai ini dikarenakan memiliki nilai social yang tinggi dan melakukannya dengan suka rela atau tanpa paksaan dan didasari dengan niat tolong menolong.

Produk gadai emas (*rahn emas*) merupakan salah satu inovasi yang mendapatkan respon langsung dari Majelis Ulama Indonesia dengan mengeluarkan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 26 DSN-MUI/I/III/2002 yang memperbolehkan gadai emas berdasarkan prinsip *Rahn*. Fatwa ini menjelaskan bahwa gadai emas (*rahn emas*) diperbolehkan selama tidak mengandung riba. Fatwa DSN Nomor 26 DSN-MUI/I/III/2002 juga mengatur tentang ongkos dan biaya penyimpanan barang (*marhun*) ditanggung oleh pegadai, namun fatwa ini memberikan batasan bahwa ongkos yang

dibebankan kepada pegadai (*rahin*) besarnya didasarkan pengeluaran yang nyata-nyata diperlukan. Perjanjian gadai dalam Islam adalah perjanjian menyimpan suatu benda sebagai tanggungan hutang atau menjadikan barang sebagai suatu benda atau barang yang memiliki nilai jual menurut pandangan syara' sebagai tanggungan marhun bih sehingga dengan adanya tanggungan utang itu seluruh atau sebagian utang dapat diterima. Akad rahn ini bertujuan agar pemberi pinjaman lebih bisa dipercayai oleh pihak yang berhutang. Pemeliharaan dan penyimpanan barang gadai hakikatnya adalah sebuah kewajiban pihak yang menggadaikan(*rahin*), namun juga dapat dilakukan oleh pihak yang menerima barang gadai (*murtahin*) dan biaya barang yang digadaikan tersebut ditanggung oleh *rahin*. Besar atau tidaknya biaya tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman yang diterima. Dan pada saat jatuh tempo yang berhutang wajib melunasi hutangnya. Apabila *rahin* tidak dapat melunasinya maka barang yang digadaikan akan dijual dikemudian hari dan hasil penjualan bersih digunakan untuk melunasi hutang dan biaya pemeliharaan yang terutang. Dan apabila ada kelebihan antara harga jual barang gadai tersebut dengan besarnya harga hutang maka selisihnya akan diberikan kepada yang berhutang tapi apabila ada kekurangan maka yang berhutang tetap harus membayar sisa hutangnya (Hadijah, 2015).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh oleh orang berpiutang atas suatu barang yang

bergerak yang diserahkan oleh orang yang berutang sebagai jaminan dari hutangnya dan barang tersebut dapat dijual atau dilelang oleh pihak yang memberi piutang, bila yang berhutang tidak dapat melunasi kewajibannya pada saat jatuh tempo.

2.3.2 Akad Gadai Syariah

Rahn Gadai Emas Syariah atau disebut juga pembiayaan rahn pada Bank Aceh Syariah menggunakan prinsip syariah dengan akad Qardh, Rahn dan Ijarah, yaitu penyerahan hak penguasaan secara fisik atas barang berharga berupa emas (lantakan dan atau perhiasan beserta aksesorisnya) dari nasabah kepada bank sebagai agunan atas pembiayaan yang diterima. Qardh Beragun Emas adalah solusi tepat dalam memenuhi kebutuhan dana bersifat segera yang sesuai dengan Prinsip Syariah. Proses pencairan sangat mudah dan cepat dengan fasilitas tempat penyimpanan barang jaminan yang aman (bankaceh.co.id, 2022).

2.3.3 Landasan Hukum *Rahn*

Rahn atau gadai hukumnya boleh berdasarkan dalil dalam Al-Qur'an, Hadist dan juga *Ijma'*

- 1.) Berdasarkan firman Allah SWT dalam surah Al-Baqarah
(2) ayat 283:

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

Artinya:

“Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, tuhan nya. Dan janganlah kamu menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (QS. Al-Baqarah[2] :283).

Pada QS. Al-Baqarah ayat 283 tersebut dijelaskan “barang tanggungan yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh orang yang mengutangkan). Dan barang tanggungan tersebut pada dunia financial dikenal dengan jaminan atau objek gadai.

2.) Berdasarkan Hadist diantaranya adalah hadist yang bersumber dari Aisyah R.A yang memiliki arti yaitu:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى طَعَامًا مِنْ يَهُودِيٍّ إِلَىٰ أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا
مِنْ حَدِيدٍ

“Dari Aisyah R.A, bahwasannya Rasulullah SAW pernah membeli makanan dari seseorang Yahudi yang akan dibayar pada waktu tertentu dikemudian hari dan Rasulullah SAW menggadaikan baju besinya kepada orang Yahudi tersebut” (HR. Al- Bukhari dan Muslim: 1926).

Dari hadist tersebut dapat disimpulkan bahwa ulama telah bersepakat bolehnya ar-rahn dalam keadaan safar (perjalanan), akan tetapi bagi yang sedang dalam keadaan safar juga dibolehkan dengan alasan mudharat dan hal tersebut kembali kepada kemashalatan umat, yaitu untuk memperluas interaksi perdagangan, saling memberikan kenyamanan dan kasih sayang di antara manusia. Karena peminjaman ini masuk kedalam kategori tolong menolong dalam kebaikan dan taqwa. Disana juga terdapat manfaat yang menjadi solusi krisis, memperluas silaturahmi dan memperkecil permusuhan.

3.) Berdasarkan Ijma' adalah golongan muslimin berpendapat bahwa:

Rahn diperbolehkan secara syariah ketika sedang dalam keadaan safar (berpergian) maupun pada saat tidak berpergian kecuali para mujahid yang berpendapat berdasarkan QS. Al-Baqarah (283), akan tetapi pendapat dari para mujahid ini dibantah berdasarkan argumentasi hadist di atas tersebut. Disampingnya penyebutan safar atau dalam keadaan berpergian dalam ayat diatas keluar dari kebiasaan masyarakat umum (Mardani, 2013).

2.3.4 Ketentuan Hukum Gadai Syariah

Menurut Maimunah (2017) transaksi gadai atau *rahn* menurut syariah harus memenuhi rukun dan syarat tertentu, yaitu:

1) Rukun *rahn* yaitu :

- a) *Rahin* adalah orang yang melakukan gadai dengan memberikan jaminan barang dan biasanya dengan orang berhutang.
- b) *Murtahin* yaitu orang yang menerima barang yang dijaminan oleh *rahin* atau orang yang dikenal sebagai yang memberikan piutang.
- c) Adanya jaminan atau marhun berupa barang atau harta.
- d) *Sighat* atau *ijab qabul* yang merupakan perjanjian atau kesepakatan antara pihak *rahin* dengan *murtahin* dalam melakukan transaksi gadai.

2.) Syarat sah *Rahn* yaitu:

- a) *Aqid* merupakan pihak yang melakukan perjanjian yang terdiri dari *rahin* (orang yang menggadaikan barang) dan *murtahin* (orang yang menerima gadai)
- b) Utang atau *marhun bih* harus memiliki syarat hak wajib yang diberikan kepada pemiliknya. Dan memungkinkan manfaatnya bila sesuatu menjadi hutang dan tidak bisa dimanfaatkan secara sah untuk digadaikan.

- c) Barang atau *marhun* harus bisa diperjualbelikan atau memiliki nilai jual. *Marhun* harus bisa dimanfaatkan secara syariah dan harus diketahui bagaimana kondisi fisiknya, dan barang yang digadaikan kepemilikannya wajib milik *rahin* bukan barang hutang.
- d) Sighat atau *ijab qabul* yaitu pada saat melakukan sighat tidak boleh diselingi dengan kata-kata lain dan tidak boleh terikat waktu.

2.4 Marketing Mix

Pada dasarnya pengertian dari *marketing mix* tidaklah jauh berbeda dengan pengertian marketing pada umumnya. Namun konsep *marketing mix* menawarkan beberapa perbedaan dengan pengertian marketing dan pemasaran. Dimana teori *marketing mix* lebih mengedepankan pembauran (gabungan) dari teori pemasaran pada umumnya dalam memasarkan produk maupun jasa. Pemasaran (*marketing*) merupakan suatu yang memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan (Widodo, 2018).

Manfaat dari marketing mix ini sendiri guna menunjang keberhasilan dari penjualan perusahaan (1) perusahaan dapat mendeteksi dengan tepat kecenderungan pasar yang senantiasa berubah, (2) dapat mendesain produk sesuai dengan permintaan pasar dengan strategi pemasaran yang tepat, (3) untuk lebih mengenalkan produk barang atau jasa kepada masyarakat luar, (4) untuk menarik minat beli konsumen dengan mengembangkan

posisi produk dan strategi bauran pemasaran (Utami dan Firdaus, 2018).

Berikut ini terdapat beberapa strategi dari bauran pemasaran (marketing mix) yang berguna menjadi strategi untuk mempengaruhi minat nasabah memilih produk Rahn emas menurut pandangan Islam yang berkaitan langsung dengan faktor-faktor yang terdapat pada penelitian ini diantaranya:

2.4.1 *Promotion* (promosi)

Menurut Fajri (2018), promosi adalah suatu komunikasi informasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tujuannya untuk mengenali sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk yang dipromosikan. Promosi dalam Islam mempunyai ciri-ciri yang selalu mengedepankan akhlak dan tidak melakukan penipuan atau hal-hal yang dilarang dalam Islam. Akhlak yang baik mencerminkan sikap yang jujur dalam melakukan promosi. Pemasar juga harus menjelaskan semua kekurangan yang terdapat pada produk tersebut. Kata-kata yang berlebihan juga membuat konsumen merasa ditipu karena terdapat produk yang tidak sesuai dengan promosinya.

Promosi yang semestinya dilakukan oleh perusahaan syariah harus menrefleksikan keadilan, kebenaran dan kejujuran kepada masyarakat. Segala informasi yang dijadikan sebagai spesifikasi produk yang akan dipromosikan harus diberitahukan terlebih dulu kepada calon pembeli dengan cara terbuka dan transparan serta

tidak ada yang disembunyikan agar tidak terjadinya kecuranngan yang dilakukan pada saat promosi (Diana, 2016)

2.4.2 *People* (SDM)

Dalam ajaran Islam terdapat tiga aspek mendasar yakni : aspek aqidah, aspek hukum, dan akhlak. Pada perusahaan juga memiliki peran dalam menjalankan bisnisnya yang harus selalu berpegang teguh pada ajaran Islam. Dalam aspek tauhid individu yang berperan dalam bidang bisnis yang harus selalu menyadari bahwa kegiatan yang dilakukannya semata-mata hanyalah untuk beribadah kepada Allah SWT serta Allah SWT yang Maha pemberi rezeki. Dalam aspek hukum senantiasa selalu menuju kepada kemashlahatan bersama serta meniadakan kerusakan (Fauzia & Riyadi, 2014)

2.4.3 *Process* (proses)

Proses adalah suatu pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya dan menjadikan barang dan jasa. Tujuan dari strategi proses ialah untuk menemukan suatu cara dalam memproduksi barang dan jasa yang memenuhi syarat dan spesifikasi produk-produk yang berada di dalam batasan biaya dan manajerial lain. Proses yang akan dipilih selalu mempunyai dampak jangka panjang pada efisiensi dan produksi, begitu juga fleksibilitas biaya dan kualitas barang dan jasa yang diproses. Oleh karena itu sangat banyak strategi perusahaan yang ditentukan oleh keputusan proses ini (Arifin, 2014).

Kehalalan suatu produk mempunyai spesifikasi yang rinci Imam Al-Ghazali mengemukakan benda-benda dalam perspektif halal dan haram ini diklarifikasikan menjadi dua macam yaitu : haram karena hakikat benda tersebut dan yang kedua sifat barang (proses atau ciri) itu sendiri”. Dari pernyataan tersebut dapat kita ketahui bahwa produk yang halal dapat dilihat dari dua aspek yaitu : aspek zatnya (aspek inti produk) dan aspek perolehannya atau cara prosesnya. Dua aspek ini sangat penting untuk diperhatikan dalam Islam (Syukur & Syahbuddin, 2017).

2.5 Penelitian terkait

Beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul dan Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Amanda Veronica, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto (2021), Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap Rahn pada Pegadaian Syariah Lampung. Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah, Vol.3, No.2, 2021	Promosi (X1), Harga/biaya (X2), Prosedur pencairan dana (X3) dan Minat Nasabah (Y)	Faktor promosi, harga/biaya dan prosedur pencairan dana merupakan faktor yang paling dominan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk rahn.
2.	Nurhikmah dan Ismaulina (2020), Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih gadai	Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Pengetahuan (X3) dan Biaya	Faktor pengetahuan, kualitas pelayanan, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh

	emas pada Pegadaian Syariah Takengon. AT-TIJARAH : Jurnal Penelitian Keuangan dan Perbankan Syariah, Vol.2, No.1 Januari-Juni 2020.	Administrasi (X4).	signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih gadai emas di Pegadaian Syariah Takengon.
3.	Laila Magfirah dan Ridwan Nurdin (2019), Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk <i>Rahn</i> di Pegadaian Syariah Banda Aceh. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, Vol.1, No. 1, 2019	Promosi (X1), Prosedur pencairan dana (X2), Alasan Syariah (X3), Lokasi (X4) dan Minat Nasabah (Y)	Secara simultan faktor promosi, prosedur pencairan dana, alasan syariah dan lokasi berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk <i>rahn</i> .
4.	Jumiarni, Moh. Yasin Soumena dan Rusnaena (2019), Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Polewali. BANCO : Jurnal Manajemen dan Perbankan Syariah, Vol.1, 2019	Promosi (X1), Nilai taksir (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Nasabah (Y)	Secara simultan ketiga faktor promosi, kualitas pelayanan dan nilai taksir berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.
5.	Achmad Fahim (2019), Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di unit Pegadaian Syariah Suci Gresik. QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine) Vol.5, No 2, 2019	Pengetahuan nasabah (X1), Keterjangkauan biaya <i>Ujrah</i> (X2), Amanah (X3), Pelayanan (X4) dan Keputusan Nasabah (Y)	Faktor kualitas pelayanan merupakan yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas.

Sumber : Hasil penelitian terdahulu dari tahun 2019 – 2021

Kelima penelitian terdahulu diatas membahas mengenai minat nasabah terhadap produk rahn emas. Jurnal pertama membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di unit Pegadaian Syariah Suci Gresik. Jurnal kedua membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Polewali. Jurnal ketiga membahas tentang Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk *Rahn* di Pegadaian Syariah Banda Aceh. Jurnal keempat membahas tentang Faktor yang mempengaruhi nasabah dalam memilih rahn emas pada Pegadaian Syariah Takengon. Dan jurnal kelima membahas tentang Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap Rahn pada Pegadaian Syariah Lampung.

Dari penelitian terdahulu ini banyak membahas tentang minat nasabah secara umum, sehingga perbedaan yang terdapat dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada variabel, objek penelitian dan sisi responden. Menurut pengetahuan peneliti dari penelitian terdahulu belum ada yang meneliti di Pegadaian Syariah menggunakan variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur pencairan dana (X3), Alasan syariah (X4), Lokasi (X5) dan variabel Minat (Y) dalam satu penelitian. Penelitian juga mengambil objek penelitian yang berbeda dari penelitian terdahulu yaitu di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

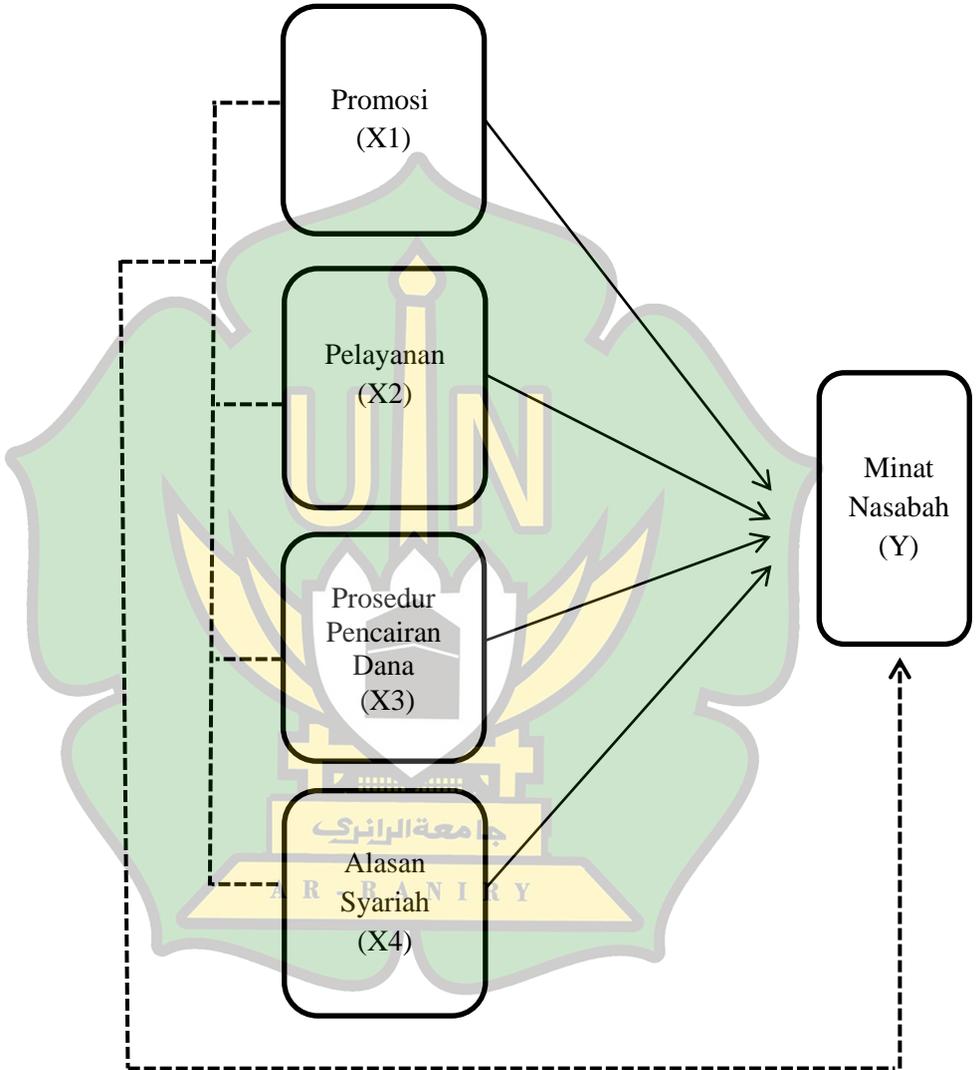
2.6 Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini dapat dibuat suatu kerangka pemikiran yang dijadikan sebagai landasan dalam penulisan ini yang pada akhirnya dapat kita ketahui variabel mana yang paling dominan terkait pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk *rahn* emas di Pegadaian UPS Simpang Surabaya. Variabel yang digunakan oleh penulis adalah faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan syariah sebagai variabel independent.

Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap menggunakan atau mengkonsumsi. Minat menjadi salah satu sumber energi untuk melaksanakan tugas atau kegiatannya untuk memenuhi kebutuhan dirinya sendiri (Setyawan, 2014). Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Tedjakusuma, 2013:56). Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak (Andrayani, 2014).

Prosedur pencairan dana merupakan proses atau langkah-langkah dimana berkaitan dengan masyarakat dalam mendapatkan pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. Syariah diharuskan ada agar dapat mematuhi keputusan syariah untuk menjauhi riba dan praktik gadai yang tidak sesuai dengan landasan syariah (Setyowati, 2017:42).

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————> : Pengaruh parsial

- - - - -> : Pengaruh simultan

2.7 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini merupakan prediksi dari pernyataan atau dugaan sementara yang paling memungkinkan terhadap pengaruh minat nasabah yang harus dicari kebenarannya. Hubungan antara variabel didalam penelitian ini memiliki hipotesis didasarkan landasan teori yang telah dibahas dan diuraikan berdasarkan penelitian terdahulu. Dari kerangka berpikir diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

2.7.1 Promosi terhadap Minat

Tujuan dari promosi ialah meluaskan informasi produk kepada target pemasaran, menerima peningkatan penjualan dan laba, menerima pelanggan baru dan menjaga keutuhan pelanggan, menjaga kekonsistenan penjualan saat terjadi lemah pasar, memberikan pembedaan dan mengunggulkan produk daripada produk pesaing, mengukir citra produk dipandangan konsumen sesuai dengan apa yang diekspektasikan. Semakin baik promosi yang dilakukan akan semakin meningkat kepercayaan dan keyakinan konsumen, sehingga dapat mendorong keputusan pembelian (Tedjakusuma, 2013:56). Pada penelitian terdahulu terdapat pengaruh dari faktor promosi terhadap minat nasabah pada penelitian yang dilakukan oleh Hippy, Bokiun dan Mahdalena (2014).

H₁: Faktor promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Pegadain Syariah UPS Simpang Surabaya.

2.7.2 Pelayanan terhadap Minat

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak. Alasannya pelayanan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu dunia usaha dan merupakan gambaran kebiasaan yang diberikan kepada orang lain dalam bentuk sikap, kegiatan mulai dari perencanaan dalam membuat suatu produk, berupa barang atau jasa dilanjutkan dengan proses pengepakan, penyaluran dan berakhir pada kepuasan konsumsi. Dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawati (2012) terdapat pengaruh faktor pelayanan terhadap minat nasabah, hasil penelitian menyatakan bahwa pelayanan memberikan pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk rahn emas.

H₂: Faktor pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

2.7.3 Prosedur Pencairan Dana terhadap Minat

Prosedur pencairan dana pinjaman yaitu proses atau langkah-langkah yang berkaitan dengan cara masyarakat memperoleh pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. Pada pegadaian syariah prosedur pencairan pinjaman sangat mudah dan cepat tanpa harus membuka buku rekening. Oleh sebab itu prosedur pencairan

pinjaman diduga menjadi salah satu faktor utama yang mendasari minat nasabah dalam menggunakan produk Rahn emas di pegadaian syariah (Setyowati, 2017). Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amanda Veronica, Muhammad Iqbal Fasa dan Suharto (2021), menyatakan bahwa adanya pengaruh faktor prosedur pencairan dana terhadap minat nasabah dalam memilih menggunakan produk rahn emas pada Pegadaian Syariah.

H₃: Faktor prosedur pencairan dana berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

2.7.4 Alasan Syariah terhadap Minat

Menurut Setyowati (2017), Dalam Islam terdapat larangan mengenai riba, sehingga Islam juga akan mempengaruhi minat nasabah dalam membeli suatu produk atau menggunakan jasa yang bersangkutan dengan pembiayaan. Pegadaian Syariah Unit Simpang Surabaya juga sudah masuk kedalam kategori lembaga keuangan yang syariah sehingga tidak perlu untuk diragukan alasan syariahnya. Maka dari itu faktor syariah diduga menjadi alasan nasabah dalam memilih pegadaian syariah (Setyowati, 2017). Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fakhuradhi (2018) dengan hasil penelitiannya bahwa faktor alasan syariah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.

H4: Faktor alasan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

2.7.5 Pengaruh Faktor Promosi, Pelayanan, Prosedur Pencairan Dana Dan Alasan Syariah Secara Simultan Terhadap Minat

Pada penelitian ini juga menguji bagaimana pengaruh faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah secara simultan terhadap minat nasabah pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laila Maghfirah dan Ridwan Nurdin (2019) hasil penelitiannya menyatakan bahwa secara simultan faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah.

H5: Faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana dan syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah suatu rencana kerja yang sudah terstruktur dalam hal hubungan antara variabel secara komprehensif agar hasil risetnya dapat memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan riset. Rencana tersebut mencakup hal-hal yang akan dilakukan melalui riset, mulai dari membuat hipotesis dan implikasinya secara operasional sampai analisis akhir (Umar, 2017). Desain penelitian ini menggunakan teknik pendekatan kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala (Rusiadi, 2016). Adapun penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan sebagai salah satu cara untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu (Sugiyono, 2014). Pada penelitian kuantitatif banyak dituntut untuk menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2015).

Dalam penelitian ini, metode asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk rahn emas pada PT Pegadaian Syariah. Jadi hasil penelitian ini akan dijelaskan melalui hasil

analisis yang berupa angka. Data yang diperoleh serta data yang diolah juga berupa angka serta dilakukan berdasarkan penelitian langsung terhadap objek yang akan diteliti.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih oleh peneliti sebagai tempat untuk melakukan penelitian ini dilaksanakan pada PT Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya yang terletak di Lamseupeung Jl. T. Imum Lueng Bata, Kampung Baru, Baiturrahman, Banda Aceh. Pemilihan lokasi penelitian di PT Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya karena merupakan salah satu pegadaian yang menerapkan system syariah dalam praktik gadai rahn emas.

3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil yang dilakukan dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan dalam penelitian (Sugiyono, 2014).

Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari nasabah Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya dengan cara mendatangi responden dan memberikan kuesioner kepada nasabah Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan

memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel(Umar, 2011). Populasi didalam penelitian ini adalah nasabah di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Populasi yang hendak diteliti pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk gadai (*rahn*) emas di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya yang berjumlah 3.457 nasabah (Pegadaian Syariah, 2022).

Sampel adalah proses yang dilakukan dalam memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling method, yaitu teknik penarikan sampel secara khusus yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan berdasarkan tujuan dari penelitian. Maka penarikan sampel pada penelitian ini adalah nasabah yang masih aktif sebagai nasabah produk gadai (*rahn*) emas di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Cara untuk menentukan sampel yang digunakan ialah menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono, 2014). Sebagaimana yang ditunjukkan pada rumus:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad (3.1)$$

λ^2 dengan dk = 1, taraf kesalahan bias 1%, 5%, 10%

P = Q = 0,5. d = 0,05. s = jumlah sampel

keterangan :

s : Jumlah sampel

λ^2 : *Chi kuadrat* yang harganya tergantung dengan derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga *Chi kuadrat* = 2.706 (table *Chi Kuadrat*)

N : Jumlah populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d : Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi perbedaan bisa 0,01 ; 0,05 dan 0,1.

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$
$$S = \frac{2.706 \times 3.457 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (3.457 - 1) + 2.706 \times 0,5 \times 0,5}$$
$$S = \frac{2.338.660}{9.316}$$

$S = 251,03$ dibulatkan menjadi 251 sampel.

Gambar 3.1
Rumus Isaac dan Michael

Sampel yang diperoleh adalah 251,03 maka dibulatkan menjadi 251. Jadi sampel yang dijadikan dalam penelitian ini sebanyak 251 orang nasabah di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya Kota Banda Aceh. Jenis teknik yang digunakan adalah

convenience sampling (sampel secara kebetulan). *Convenience Sampling* juga sering disebut *accidental sampling technique*. Dalam teknik sampling ini, yang akan diambil sebagai anggota sampel adalah orang-orang yang mudah ditemui dan dijangkau. Responden yang diambil biasanya karena mereka diharapkan berada pada waktu dan tempat yang tepat (Amirullah, 2015).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan didalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner atau angket yang merupakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden. Kuesioner juga merupakan salah satu bentuk instrumen pengumpulan data yang begitu fleksibel dan relative mudah untuk digunakan. Data yang diperoleh melalui penggunaan kuesioner atau angket termasuk data yang dikategorikan sebagai data yang faktual (Sugiyono, 2014).

Jenis angket yang digunakan pada penelitian yaitu dalam bentuk tertutup, dimana angket yang pertanyaannya sudah disediakan dan menggunakan teknik pilihan sehingga para calon responden cukup mengisi dan memberi tanda sesuai dengan pilihan yang mereka inginkan. Penyebaran angket menggunakan sistem google form atau kuesioner online yang akan dikirimkan kepada calon responden sehingga akan memudahkan calon responden dalam hal mengisi angket tersebut.

3.6 Metode Analisis Data

Analisis data akan dilakukan jika data yang diperlukan sudah terkumpul semua, kemudian akan diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis yang telah direncanakan oleh desain penelitian. Analisis data ini akan digunakan untuk proses mengolah dan menyajikan data yang telah diperoleh agar data tersebut dapat berfungsi serta mudah dimengerti oleh orang lain. Analisis data tersebut juga berguna untuk membuktikan hipotesis penelitian serta untuk menarik kesimpulan dari penelitian ini. Analisis data pada penelitian yang menggunakan teknik kuantitatif dapat dilakukan dengan menggunakan alat-alat uji statistika atau teknik perhitungan lainnya (Martono, 2014). Penelitian ini menggunakan teknik pendekatan asosiasi kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang berbentuk angka yang dihitung dengan menggunakan metode statistik yang didukung dengan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

3.7 Skala Pengukuran - R A N I R Y

Menurut Sugiyono (2014) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala ukur data dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Skala ordinal adalah skala pengukuran yang tidak hanya menyatakan kategori, tetapi juga menyatakan peringkat

construct yang diukur dengan tujuan untuk memberikan informasi berupa nilai pada jawaban (Sugiyono, 2017).

Dalam suatu penelitian, peran dari penyajian data sangat penting karena penyajian data merupakan salah satu bukti peneliti sudah melaksanakan penelitian, kuesioner yang disebarakan kepada nasabah juga menjadi alternatif jawaban dari calon ressponden dari sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Intrumen penelitian yang digunakan skala ordinal dan disajikan pada table berikut ini :

Table 3.1
Rating Scale

No.	Jawaban	Keterangan	Skor
1.	SS	Sangat setuju	4
2.	S	Setuju	3
3.	TS	Tidak Setuju	2
4.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (diolah) 2015

3.8 Variabel Operasional

Variabel penelitian adalah salah satu atribut atau sifat atau nilai dari seseorang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68). Variabel yang peneliti gunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi :

3.8.1 Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat nasabah produk gadai (*rahn*) emas PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Minat nasabah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

3.8.2 Variabel Independent (bebas)

Variabel independen merupakan variabel yang dijelaskan dan mempengaruhi variabel lain (Sugiyono, 2015). Variabel dalam penelitian ini adalah minat nasabah dalam memilih produk rahn emas dengan cara menyebarkan kuesioner dengan indikator minat nasabah yaitu faktor promosi (X_1), faktor pelayanan (X_2), faktor prosedur pencairan dana (X_3) dan faktor alasan syariah (X_4). Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Fajri, 2018).

2. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak (Arifin, 2014).
3. Prosedur Pencairan Dana merupakan proses atau langkah-langkah dimana berkaitan dengan masyarakat dalam mendapatkan pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan (Andrayani, 2014).
4. Alasan Syariah di dalam ajaran Islam terdapat larangan tentang riba, sehingga agama juga akan mempengaruhi minat nasabah, faktor syariah diduga menjadi alasan nasabah dalam memilih pegadaian syariah (Setyowati, 2017).

Agar memudahkan penyusunan instrument dari penelitian ini, maka dibutuhkan matrik pengembangan instrumen. Hal tersebut dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 3.2
Indikator Minat Nasabah

No.	Variabel Penelitian	Pernyataan Item	Skala
1.	Promosi (X1) promosi adalah kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Tedjakesuma,2013).	<p>Pesan Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penyampaian pesan dalam kegiatan promosi tersampaikan dengan tepat. <p>Media Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kuantitas yang digunakan pada penayangan media promosi sudah efektif. 	Ordinal

		<p>Waktu Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistem waktu yang digunakan untuk penyampaian promosi sudah sesuai. <p>Frekuensi Promosi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jangkauan dalam kegiatan promosi sudah tersampaikan secara menyeluruh. <p>(Kotler dan Keller, 2009 : 5)</p>	
2.	<p>Pelayanan (X2) Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan kepentingan orang banyak (Arifin,2014).</p>	<p>Keandalan (Reability)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang sesuai dengan yang diinginkan nasabah. • Mekanisme dari setiap pelayanan sudah maksimal. <p>Daya tanggap (Responsiveness)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada nasabah dengan informasi yang jelas. • Kesiediaan dalam melayani dan merespon nasabah. <p>Jaminan (Assurance)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan jaminan atau kepastian atas pelayanan sehingga menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence). • Adanya performance atau kinerja atas pelayanan sehingga timbulnya pelayanan yang handal dan mandiri. 	Ordinal

		<p>Empati (Empaty)</p> <ul style="list-style-type: none"> Memahami keinginan nasabah baik secara individual atau pribadi. <p>Bukti Fisik (Tangible)</p> <ul style="list-style-type: none"> Memberikan fasilitas pelayanan dan kinerja yang maksimal. (Hardiyansyah,2011) 	
3.	<p>Prosedur Pencairan Dana (X3) Prosedur pencairan dana merupakan proses atau langkah-langkah dimana berkaitan dengan masyarakat dalam mendapatkan pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan. (Andrayani, 2014).</p>	<p>Fleksibilitas</p> <ul style="list-style-type: none"> Prosedur pencairan dananya sudah efektif dan sudah beradaptasi pada prosedur yang berlaku. <p>Kemudahan</p> <ul style="list-style-type: none"> Kemudaha dalam bertransaksi dan kemudahan dalam mencairkan dana pinjaman gadai. <p>Kesederhanaan</p> <ul style="list-style-type: none"> Prosedur pencairan dana dilakukan dengan sesederhana mungkin dan tidak mempersulit nasabah. (Khasanah, 2014) 	Ordinal
4.	<p>Alasan Syariah(X4) Alasan Syariah didalam ajaran Islam terdapat larangan tentang riba, sehingga agama juga akan mempengaruhi minat nasabah, faktor syariah diduga menjadi alasan nasabah dalam memilih pegadaian syariah (Setyowati,</p>	<p>Kepatuhan Agama</p> <ul style="list-style-type: none"> Pegadaian syariah sudah berbasis syariah serta akad sudah sesuai dengan syariat Islam dan pelayanan tidak menyeleweng dari syariat Islam. <p>Bisnis Yang Halal</p> <ul style="list-style-type: none"> Sumber dana 	Ordinal

	2017).	<p>berasal dari sumber yang halal sehingga tidak terdapat spekulasi yang tidak jelas.</p> <p>Tidak Terdapat Unsur Riba</p> <ul style="list-style-type: none"> Nasabah hanya perlu membayar biaya penitipan tanpa harus membayar biaya lain. <p>(Setyowati, 2017)</p>	
5.	<p>Minat (Y)</p> <p>Minat merupakan suatu motif yang menunjukkan kearah perhatian dan aktivitas seseorang terhadap suatu objek karena merasa tertarik dan berminat karena adanya kesadaran untuk melakukan suatu tindakan agar mencapai tujuan (Fajri, 2018)</p>	<p>Minat refrensial</p> <ul style="list-style-type: none"> Melakukan transaksi pada UPS Sp Surabaya layak untuk digunakan dan direkomendasikan. <p>Minat preferensial</p> <ul style="list-style-type: none"> Melakukan transaksi pada UPS Sp. Surabaya berdasarkan kemauan dari diri sendiri. <p>Minat eksploratif</p> <ul style="list-style-type: none"> Mengetahui segala informasi mengenai produk gadai atau rahn pada UPS Sp. Surabaya. <p>(Ferdinand, 2006)</p>	Ordinal

3.9 Pengujian Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dari butir-butir didalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian atau

pengujian validitas yakni daftar pertanyaan yang telah disiapkan lalu diisi oleh responden kemudian akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid atau tidaknya suatu data. Jika valid, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut(Sujarweni, 2015).

Kuesioner yang dikatakan valid, jika r hitung lebih besar dari r table, maka komponen kuesioner bisa dikatakan valid. Tapi jika r hitung lebih kecil dari table, maka akan dianggap tidak valid(Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan melalui bantuan dari SPSS. Uji validitas didalam penelitian ini berfungsi untuk mengetahui bagaimana kebenaran dari instrument penelitian yang benar atau tidak atas pertanyaan kuesioner apakah sudah dapat mengukur apa yang ingin diukur.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini berfungsi untuk menetapkan apakah instrument tersebut pada kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak responden yang sama. Adapun langkah-langkah menurut Noor (2011) antara lain:

1. Untuk menilai kestabilan ukuran dan konsistensi responden dalam menjawab kuesioner.
2. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama terhadap seluruh pertanyaan.
3. Jika nilai $alpha > 60\%$, disebut reliabel.

Pengujian reliabilitas maksudnya agar mengetahui sejauh mana hasil pengukurann tetap konsisten yang akan dilakukan

secara statistik yaitu dengan menghitung besarnya *cronbach's alpha* dengan bantuan *SPSS Statistic Version 22,0*.

3.10 Uji Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi terlebih dulu baik secara normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi apakah data berdistribusi tersebut normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data tersebut menyebar disekitar area garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dan metode yang digunakan yaitu model Skewness dan Kurtosis serta metode *P-Plot* dengan bantuan *SPSS Statistic Version 22,0* (Umar, 2011:181).

3.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat adanya korelasi antar variabel independent. Jika terjadi korelasi sehingga terjadinya atau adanya masalah multikolinieritas yang mesti diatasi. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic Version 25,0* (Umar, 2011:181).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik heteroskedastisitas, pengamatan pada model regresi. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode *scatterplot* melalui *SPSS Statistic Version 22,0* (Wahyu, 2013:56).

3.11 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Febriyanto (2013) Uji hipotesis menggunakan alat regresi linear berganda. Pemilihan regresi ini berguna untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Persamaan regresi linear berganda ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \quad (3.2)$$

Keterangan :

Y = Minat Nasabah Terhadap Produk Rahn Emas

α = Konstanta

β = Koefesien Regresi

X_1 = Faktor Promosi

X_2 = Faktor Pelayanan

X_3 = Faktor Prosedur Pencairan Dana

X_4 = Faktor Alasan Syariah

e = Standar Error

Gambar 3.2 **Rumus Analisis Regresi Linear**

3.12 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang menghasilkan suatu keputusan, yakni keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut. Didalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian maksudnya keputusan bisa saja benar atau salah, sehingga menimbulkan resiko. Besar atau kecilnya resiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas (Ghozali, 2011). Untuk menguji ini, harus terlebih dulu menerjemahkannya menjadi *term statistic* yaitu: pertama adalah hipotesis nol (H_0) yang dinyatakan tidak adanya hubungan atau tidak adanya pengaruh atau tidak adanya perbedaan. Kedua adalah hipotesis alternatif (H_1 atau H_2) yang dinyatakan adanya hubungan atau adanya pengaruh atau adanya perbedaan. Setelah dirumuskan hipotesis nol (H_0) dan alternatif (H_a), statistik yang tepat (uji t dan uji F) akan dapat ditetapkan, serta akan menunjukkan apakah hipotesis alternatif diterima atau tidak (Noor, 2011)

3.12.1 Uji Statistik t (Parsial)

Uji statistic t ini pada dasarnya akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara satu variabel penjelas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel yang terkait. Membandingkan nilai statistic t dari hasil perhitungan akan lebih tinggi dibandingkan

dengan nilai t tabel, kita juga bisa menerima hipotesis alternatif yang akan menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dapat mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011).

3.12.2 Uji F (Simultan)

Uji F adalah suatu pengujian yang dilakukan secara simultan (keseluruhan) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen atau tidak. Uji F bisa dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai F hitung dengan nilai F table dengan kriteria antara lain:

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_a diterima.
2. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima H_a ditolak.

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) akan menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, atau sejauh mana kontribusi variabel dalam memberi pengaruh terhadap variabel dependen (Bawono, 2006). Pengujian determinasi koefisien (R^2) dilakukan menggunakan SPSS *Statistic Version 22,0* (Masruroh, 2015).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Unit Pegadaian Syariah

Sejarah Pegadaian Syariah juga didorong oleh keinginan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk menegakkan hukum syariat Islam dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah transaksi gadai. Masyarakat ingin melakukan transaksi gadai berdasarkan prinsip syariah, selain itu dukungan kebijakan pemerintah untuk mengembangkan lembaga keuangan berbasis syariah. Berdasarkan (PP) No. 10 Tahun 1990 diperbarui menjadi (PP) No. 103/2000 dapat dikatakan sebagai awal kebangkitan Pegadaian Syariah, misi pegadaian untuk mencegah praktik riba. Konsep pengelolaan pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern, yaitu prinsip rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang sejalan dengan ajaran Islam. Fungsi operasional Pegadaian Syariah dilaksanakan oleh Cabang Pegadaian Syariah atau unit layanan gadai syariah (ULGS) Sebagai unit organisasi di bawah arahan divisi lain dari Pegadaian. Pegadaian Syariah pertama kali didirikan di Jakarta dengan nama unit layanan gadai syariah (ULGS) cabang Dewi Sartika dibulan januari 2003, dan kemudian pendirian ULGS di Makassar, Semarang, Surakarta dan Yogyakarta. Masih ditahun yang sama, 4 (empat) cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Syariah, salah satunya terletak dijalan Imam Bonjol No.14 Kampung Baru diresmikan

oleh Prof. Dr. Syamsuddin Mahmud yang saat itu menjabat sebagai gubernur Aceh (Habiburrahim, 2012).

Kantor PT. Pegadaian cabang UPS Simpang Surabaya di Banda Aceh, Nanggroe Aceh Darussalam (NAD)pertama didirikan pada bulan Januari 2003. Melayani Gadai Syariah, Arrum, Amanah, EmasKu, Mulia, MPO (Pembelian dan Pembayaran Tagihan Telepon, Listrik, Air, Tiket, Internet, TV Berbayar, Pembayaran Iuran BPJS, dll). Kantor PT Pegadaian persero ini menyediakan berbagai layanan terkait dengan produk-produk PT Pegadaian. Layanan produk PT Pegadaian yang tersedia mulai dari investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, pendaftaran pegadaian digital atau pegadaian online, Kredit Cepat Aman (KCA) pegadaian, pegadaian syariah dan lainnya. Pada kantor ini juga nasabah bisa mengajukan pinjam uang atau kredit dengan jaminan muali dari surat BPKB kendaraan motor atau mobil, surat tanah dan lainnya. Proses pegadaian terjamin(Pegadaian.co.id).

4.1.1 Visi dan Misi Pegadaian Syariah

Tujuan didirikan Pegadaian Syariah adalah karena mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, dan tujuan khusus didirikannya suatu pegadaian syariah agar masyarakat terhindar dari praktik-praktik yang mengandung unsur riba dan masyarakat dapat bermuamalah sesuai dengan ajaran Rasulullah SAW. Visi dari pegadaian sendiri yaitu menjadi perusahaan *The Most Valuable*

Financial Company di Indonesia dan menjadi agen inklusi keuangan pilihan masyarakat. Adapun misi dari pegadaian syariah sebagai berikut (Pegadaian, 2022):

- a. Untuk memberikan nilai yang optimal dan manfaat terbaik bagi seluruh pihak dengan mengembangkan bisnis utama
- b. Memperluas cakupan layanan UMKM dengan sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi kepada nasabah dan pihak lainnya
- c. Memberikan keunggulan kepada nasabah melalui:
 - Proses bisnis yang lebih sederhana dan digital
 - Teknologi informasi yang andal dan terkini
 - Praktik manajemen risiko yang kuat
 - Sumber daya manusia yang professional dengan budaya kinerja yang baik.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Deskriptif data adalah gambaran data yang digunakan dalam suatu penelitian. Dalam pengujian deskripsi data ini peneliti mencoba untuk mengetahui gambaran atau kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang akan diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan

sesuai harapan. Dalam hal ini juga tergantung dengan penggunaan jenis serta metode penelitian.

4.2.1.1 Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang jenis kelamin dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent
Valid	Pria	101	39.8
	Wanita	150	59.0
	Total	251	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui jenis kelamin yang memilih produk Rahne Masdi UPS. Simpang Surabaya lebih banyak dari kalangan wanita 150 orang (59%) dan pria 101 orang (39,8%).

4.2.1.2 Karakteristik Menurut Usia

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang usia dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Menurut Usia

Usia			
		Frequency	Percent
Valid	> 50 tahun	31	12.4

17-25 tahun	38	15.1
26-40 tahun	136	54.2
41-50 tahun	46	18.3
Total	251	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui usia yang memilih produk Rahne masdi UPS. Simpang Surabaya berusia 26-40 tahun sebanyak 136 orang (54,2%) di ikuti 41-50 tahun 46 orang (18,3%) dan seterusnya.

4.2.1.3 Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang pendidikan terakhir dari responden dideskripsikan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Menurut Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir			
		Frequency	Percent
Valid	DIPLOMA	39	15.5
	S1	49	18.7
	S2/S3	3	1.2
	SD	8	3.2
	SMA	112	44.6
	SMP	40	15.9
	Total	251	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui pendidikan terakhir yang memilih produk Rahn emas di UPS. Simpang Surabaya terbanyak dari lulusan SMA 112 orang (44,6%) di ikuti S1 49 orang (18,7%), SMP 40 orang (15,9%), Diploma 39 orang (15,5%), SD 8 orang (3,2%) dan lulusan S2/S3 sebanyak 3 orang (1,2%).

4.2.1.4 Karakteristik Menurut Alamat

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang alamat dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Menurut Alamat

Alamat			
		Frequency	Percent
Valid	Baiturrahman	28	11.2
	Banda Raya	21	8.4
	Jaya Baru	34	13.5
	Kuta Alam	20	8.0
	Kuta Raja	26	10.4
	Lueng Bata	56	22.3
	Meuraxa	19	7.6
	Syiah Kuala	24	9.6

	Ulee Kareng	23	9.2
	Total	251	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui alamat yang memilih produk Rahn emas di UPS. Simpang Surabaya paling banyak dari Lueng Bata 56 orang (22,3%) lalu Jaya Baru 34 orang (13,5%) Baiturrahman 28 orang (11,2%) dan seterusnya.

4.2.1.5 Karakteristik Menurut Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, gambaran tentang pekerjaan dari responden dideskripsikan sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Menurut Pekerjaan

Pekerjaan			
		Frequency	Percent
Valid	lainnya	69	27.5
	Pedagang	27	10.8
	Petani	2	0.8
	PNS/TNI/POLRI	42	16.7
	Swasta	77	30.7
	Wirausaha	34	13.5
	Total	251	100.0

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui menurut pekerjaan yang memilih produk Rahn emas di UPS. Simpang Surabaya berprofesi sebagai Swasta 77 orang (30,7%) lalu lainnya 69 orang (27,5%), PNS/TNI/POLRI 42 orang (16,7%) dan seterusnya.

4.3 Tanggapan Responden

Tanggapan responden merupakan interaksi, respon, dan jawaban narasumber dari pertanyaan yang peneliti berikan. Berdasarkan hasil penelitian masing-masing 5 item pertanyaan, variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) dan Minat Nasabah (Y) menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju.

4.4 Uji Instrumen Penelitian

Uji Instrumen penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai skala pengukuran variabel penelitian. Kriteria kuesioner yang baik salah satunya memenuhi validitas dan reliabilitas.

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Tujuan uji validitas instrumen untuk jaminan instrumen yang digunakan sesuai konsep penelitian dalam mengukur setiap variabel. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 4$ dengan signifikansi 5% maka didapatkan r tabel 0,118. Jika $r_{tabel} < r$ maka dinyatakan valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas

Variabel	Pernyataan/Item	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Promosi (X1)	X1,1	0,541	0,118	Valid
	X1,2	0,559	0,118	Valid
	X1,3	0,732	0,118	Valid

	X1,4	0,511	0,118	Valid
Pelayanan (X2)	X2,1	0,519	0,118	Valid
	X2,2	0,587	0,118	Valid
	X2,3	0,700	0,118	Valid
	X2,4	0,549	0,118	Valid
	X2,5	0,485	0,118	Valid
Prosedur Pencairan Dana (X3)	X3,1	0,550	0,118	Valid
	X3,2	0,794	0,118	Valid
	X3,3	0,756	0,118	Valid
	X3,4	0,562	0,118	Valid
Alasan Syariah (X4)	X4,1	0,872	0,118	Valid
	X4,2	0,890	0,118	Valid
	X4,3	0,901	0,118	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y1	0,700	0,118	Valid
	Y2	0,707	0,118	Valid
	Y3	0,603	0,118	Valid
	Y4	0,540	0,118	Valid
	Y5	0,308	0,118	Valid

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat, bahwasanya r hitung dari variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) dan Minat Nasabah (Y) diatas r tabel sebesar 0,118. Maka dapat dinyatakan semua butir pertanyaannya valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabel adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel tersebut dapat dipercaya untuk dilakukan pengujian selanjutnya. Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menurut Noor (2011):

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability	Cronbach's Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	0,60	0,71	Reliabel
Pelayanan (X2)	0,60	0,71	Reliabel
Prosedur Pencairan Dana (X3)	0,60	0,76	Reliabel
Alasan Syariah (X4)	0,60	0,85	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0,60	0,69	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini pada tabel 4.7 dari variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) dan Minat Nasabah (Y) diatas 0,60 yang artinya reliabel atau dapat dipercaya.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji normalnya model regresi. Dalam analisa ini menggunakan analisa Skewness dan Kurtosis dengan Test Kriteria sebagai berikut:

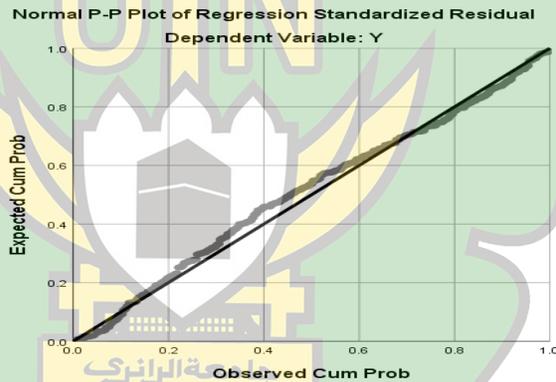
- a. Jika Sign. > 0,05 maka H_0 diterima (data berdistribusi normal).
- b. Jika Sign. < 0,05 maka H_0 ditolak (data tidak berdistribusi normal).

Tabel 4.8
Uji Normalitas

Skewness		Kurtosis	
Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
-0.377	0.154	0.193	0.306

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat, bahwasanya keseluruhan statistiknya sebagai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar daripada 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan Skewness dan Kurtosis data berdistribusi normal. Dapat dilihat dari *pp-plot* nya:



A R - Gambar 4.1: pp-plot

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat titik-titik menyebar disekitar area garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

4.5.2 Uji Multikolonieritas

Adapun untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas pada model regresi dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance*

Inflation Factors) dan nilai toleransi. untuk pertimbangan sebagai berikut:

- a. Jika $VIF > 10$ atau nilai toleransi $< 0,10$ maka terjadi Multikolinearitas.
- b. Jika $VIF < 10$ atau nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi Multikolinearitas

Tabel 4.9
Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0.991	1.009
Pelayanan (X2)	0.915	1.093
Prosedur Pencairan Dana (X3)	0.893	1.119
Alasan Syariah (X4)	0.931	1.074

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Pada tabel 4.9 diatas dapat dilihat, bahwasanya dari hasil uji VIF dapat diketahui masing-masing variabel independen memiliki $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terhubung multikolonieritas antara variabel independen dengan variabel dependen.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

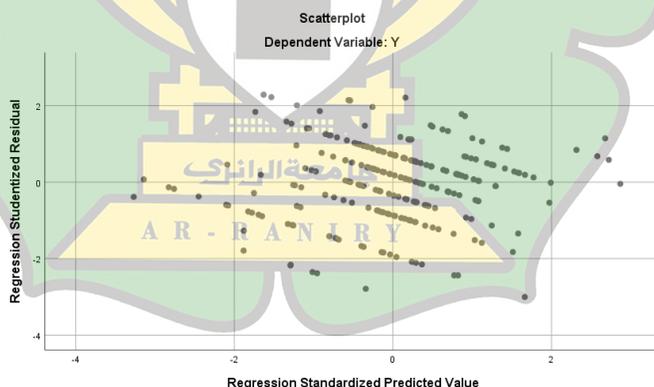
Adapun hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien korelasi Glejser sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Std. Error
X1	0.90	0,05
X2	0.06	0,05
X3	0.93	0,05
X4	0.72	0,05

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Hasil pengujian diatas didapatkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas, kondisi ketika nilai residual pada tiap nilai prediksi bervariasi dan variasinya cenderung konstan. Sehingga dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya. Dapat dilihat dengan gambar *scatterplot*:



Gambar 4.2: Scatterplot

Pada grafik tersebut dapat dilihat, titik-titik menyebar tidak mendekati 0 sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi homoskedastisitas.

4.6 Uji Linear Berganda

Perhitungan statistik regresi linier berganda yang digunakan penelitian ini dengan bantuan aplikasi komputer SPSS versi 25.0. Hasil pengolahan data besebagai berikut:

Tabel 4.11
Uji Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	2.069
	X1	0.173
	X2	0.403
	X3	0.247
	X4	-0.167

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui koefisien berdasarkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.069 + 0.173X_1 + 0.403X_2 + 0.247X_3 - 0.167X_4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui:

- a. Koefisien regresi $b_1=0.173$

Artinya apabila variabel Promosi (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat nasabah meningkat sebesar 17%. Artinya faktor Promosi memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

b. Koefisien regresi $b_2=0.403$

Artinya apabila variabel Pelayanan (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat nasabah meningkat sebesar 40%. Artinya faktor Pelayanan memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

c. Koefisien regresi $b_3=0.247$

Artinya apabila variabel Prosedur Pencairan Dana (X_3) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat nasabah meningkat sebesar 25%. Artinya faktor Prosedur Pencairan Dana memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

d. Koefisien regresi $b_4=0.167$

Artinya apabila variabel Alasan Syariah (X_4) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap, maka minat nasabah meningkat sebesar 17%. Artinya faktor Alasan Syariah memiliki kenaikan untuk memengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial terhadap koefisien regresi, yaitu untuk mengetahui signifikansi pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lainnya dianggap sebagai konstanta. Berdasarkan hasil

pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 uji t parsial dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Uji T (Parsial)

Coefficientsa	
T	Sig.
2.415	0.016
6.386	0.000
3.805	0.000
2.635	0.009

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

1. Pengujian Hipotesis 1 Pengaruh variabel Promosi (X_1) terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $2,415 > 1,650$ dari t tabel berdasarkan df 251 dan std. error 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan hipotesis 1 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.
2. Pengujian Hipotesis 2 Pengaruh variabel Pelayanan (X_2) terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung

sebesar $6.386 > 1,650$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 2 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

3. Pengujian Hipotesis 3 Pengaruh variabel Prosedur Pencairan Dana (X_3) terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $3.805 > 1,650$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.
4. Pengujian Hipotesis 4 Pengaruh variabel Alasan Syariah (X_4) terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas (Y), berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$ dan selanjutnya hasil penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $2.635 > 1,650$. Maka dapat disimpulkan hipotesis 3 diterima karena berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat.

4.7.2 Uji F (Simultan)

Uji f dipakai untuk mengetahui pengaruh antara Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) terhadap Minat Nasabah (Y) secara bersama-sama:

Tabel 4.13
Uji F (Simultan)

ANOVAa	
F	Sig.
24.726	.000 ^b

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil output uji simultan diperoleh F hitung (24.726) > F tabel (2,40) berdasarkan df 251 dan std. error 5% atau 0,05 maka dapat disimpulkan ke empat variabel independen memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil pengolahan dengan aplikasi SPSS versi 25.0 hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summaryb
Adjusted R Square
0.275

Sumber: Data diolah SPSS v25, 2022

Besarnya nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.275 yang menunjukkan antara pengaruh Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) sebesar 28% dalam kategori moderate atau sedang menurut nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan/pengaruh konstruk laten, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti fasilitas, produk, sosialisasi, individu, objek dsb.

4.8 Pembahasan

Adapun langkah yang dilalui untuk mengetahui minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas adalah dengan mensurvei beberapa pertanyaan terhadap nasabah tersebut. Maka dibuatlah pembahasan sebagai berikut:

4.8.1 Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Promosi mempengaruhi secara signifikan dalam meningkatkan minat nasabah dalam memilih produk rahn emas. Hasil analisis dapat diartikan sebagai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($2.415 > 1,650$) dengan taraf signifikansi $0,016 < 0,05$. Dengan demikian, dengan dilakukannya promosi oleh pihak Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya maka akan berdampak dalam meningkatkan minat nasabah untuk memilih produk rahn emas di tempat tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi sangat erat kaitannya dengan minat nasabah. nasabah sangat tertarik memilih produk Rahn emas dikarenakan promosi yang dilakukan oleh

Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Promosi merupakan salah satu tolak ukur nasabah dalam memenuhi kesesuaian kebutuhan nasabah. Dalam menjawab kebutuhan nasabah, Promosi yang dilakukan oleh pihak Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya bersifat secara *universal* dan menyeluruh serta detail dalam memberikan informasi terkait produk atau layanan dan jasa yang ditawarkan, sehingga pemahaman nasabahpun akan produk tersebut terjawabkan hingga akhirnya menempatkan kebutuhan nasabah yang terpenuhi. Semakin baik promosi yang dilakukan akan semakin meningkat kepercayaan dan keyakinan konsumen, sehingga dapat mendorong keputusan nasabah (Tedjakusuma, 2013:56).

Tetapi pada penelitian Maharani (2020) Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk rahn, hal tersebut menunjukkan tingkat nasabah yang cenderung naik maka semakin meningkat pula minat menggunakan rahn emas.

Hasil temuan yang dilakukan oleh Hermawati (2013) variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat seseorang dalam menggunakan suatu produk salah satunya ialah produk Rahn emas.

Temuan penelitian ini juga sejalan berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rusnaena dan Soumena (2019), menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan

Pegadaian Syariah. Sebagai hasil dari temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan faktor tunggal yang akan mempengaruhi minat nasabah dalam mengambil suatu produk atau jasa. Dengan penelitian ini, pegadaian syariah harus dapat terus melakukan promosi dengan strategi promosi yang baik agar kebutuhan dan keinginan nasabah tercapai.

4.8.2 Pengaruh Pelayanan (X2) Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6.386 > 1,650$) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas pada Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa banyak nasabah yang tertarik memilih produk Rahn emas dikarenakan pelayanan yang diberikan sesuai akan kebutuhan dan permintaan nasabah yang artinya pelayanan yang diberikan oleh pegadaian menjadi pertimbangan yang tidak kalah pentingnya.

Pada penelitian Romadhoni (2019) Faktor pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah, alasannya karena nasabah lebih memprioritaskan transaksi serta pada pelayanan normal nasabah sudah merasa puas dan nyaman.

Sementara pada penelitian Fahim (2019) mengenai minat nasabah memilih produk Rahn emas menjadikan pelayanan dan kualitas layanannya dalam tolak ukur nasabah untuk memilih

produk Rahn tersebut sehingga faktor pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap produk Rahn emas. Pelayanan yang diberikan akan menunjukkan bagaimana sikap suatu perusahaan atau produk yang diberikan tersebut dalam pemuasan kebutuhan nasabah. Nasabah akan merasa senang bila pelayanan yang diberikan sangat baik dan sesuai akan keinginan dan kebutuhan nasabah. Tentunya perusahaan khususnya pegadaian akan terus tetap menjaga dan meningkatkan pelayanannya dalam era global ini dalam menarik jumlah nasabahnya yang akan mengambil produk atau jasa miliknya. Pelayanan yang diberikan mempengaruhi sikap dan minat nasbaah dalam memilih produk atau jasa hingga manfaat yang dirasakan (Bashir & Chendragiri, 2014).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurhikmah dan Ismaulina (2020) besarnya pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pegadaian akan berdampak langsung secara signifikan terhadap minat nasabah, artinya semakin baiknya layanan yang diberikan pegadaian syariah, maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakan produk atau jasa di pegadaian syariah tersebut.

4.8.3 Pengaruh Prosedur Pencairan Dana (X3) Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan melalui t-hitung > t-tabel ($3.805 > 1,650$) dengan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$.

Dengan demikian, pada saat memilih produk Rahn emas di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya, variabel prosedur pencairan dana mempengaruhi minat nasabah.

Prosedur pencairan dana yang harus dilalui nasabah setelah mengambil produk Rahn emas tersebut membuat nasabah mempertimbangkan apakah nasabah memilih produk tersebut atau tidak. Prosedur pencairan dana yang ribet dan memakan waktu lama tentu akan membuat nasabah enggan untuk memilih produk tersebut, karena sejatinya perusahaan harus menjawab permintaan atau keinginan nasabah yang salah satunya adalah mempermudah nasabah dalam mengambil produk tersebut. Prosedur pencairan dana yang tetapkan pegadaian harus sesuai SOP yang berlaku dan tentunya tidak membuat nasabah merasa kesulitan dari SOP yang diterapkan tersebut. Prosedur pencairan dana harus mudah dan tidak memberatkan nasabah sehingga nasabah akan puas dan merasa untuk memilih produk tersebut bukanlah suatu hal yang disesalkan. Prosedur pencairan dana melalui beberapa proses atau langkah-langkah dimana berkaitan dengan masyarakat dalam mendapatkan pinjaman ketika menjadi nasabah dalam suatu lembaga keuangan(Andrayani, 2014).

Tetapi pada penelitian Magfirah dan Nurdin (2019) pencairan dana tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah, alasannya karena nasabah tidak mempermasalahkan kendala dana yang cair asalkan tidak kurang

dari ketentuan. Nasabah juga mengerti emas memiliki harga naik turun yang membuat pencairannya harus diwaktu yang tepat.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ghufroon (2011) yang hasil temuannya bahwa prosedur pencairan dana juga termasuk menentukan apakah tertarik atau tidaknya nasabah dalam memilih produk Rahn emas. Besarnya pengaruh prosedur pencairan dana terhadap minat nasabah menunjukkan bahwa nasabah mempertimbangkan prosedur pencairan dana tersebut yang akan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih suatu produk.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Veronica (2021) prosedur pencairan dana juga berpengaruh secara keseluruhan dalam mempengaruhi minat nasabah dalam memilih untuk menggunakan produk Rahn emas. Dengan demikian diharapkan melalui hasil penelitian ini, pegadaian dapat terus mempermudah nasabah terutama dalam setiap prosedur yang ada untuk mempermudah nasabah dalam memilih suatu produk.

4.8.4 Pengaruh Alasan Syariah (X4) Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ditunjukkan melalui t-hitung > t-tabel ($2.635 > 1,650$) dengan taraf signifikansi $0,009 < 0,05$. Dengan demikian, Alasan syariah merupakan salah satu alasan nasabah dalam memilih produk Rahn emas di Pegadaian Syariah

UPS Simpang Surabaya, variabel alasan syariah mempengaruhi minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas.

Alasan syariah yang dipertimbangkan nasabah dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan adalah keputusan nasabah dalam memilih produk tersebut yang terbebas dari praktik yang tidak diinginkan seperti praktik riba yang dilarang di dalam agama Islam yang banyak terdapat pada lembaga keuangan non syariah lainnya. Alasan syariah menguatkan alasan nasabah dalam memilih setiap produk yang ditawarkan seperti produk Rahn emas gadai yang memberikan pinjaman dana cepat bagi nasabah yang memerlukan dana dimana dana tersebut langsung berasal dari dana kas pegadaian yang tidak melalui banyak proses yang tidak ada proses riba didalamnya, Pegadaian syariah diharuskan dapat mematuhi keputusan syariah untuk menjauhi riba dan praktik gadai yang tidak sesuai dengan landasan syariah (Setyowati, 2017:42).

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyowati (2017) yang hasil temuannya bahwa pengetahuan mengenai alasan syariah mempengaruhi nasabah dalam menentukan produk Rahn emas, hal tersebut harus diperhatikan nasabah dalam memilih produk Rahn emas. Dengan demikian diharapkan melalui hasil penelitian ini, pegadaian syariah dapat terus menjaga prinsip syariahnya dalam setiap produk atau jasa yang akan ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Adib (2014) alasan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah

dalam memilih untuk menggunakan produk Rahn emas pada Pegadaian Syariah.

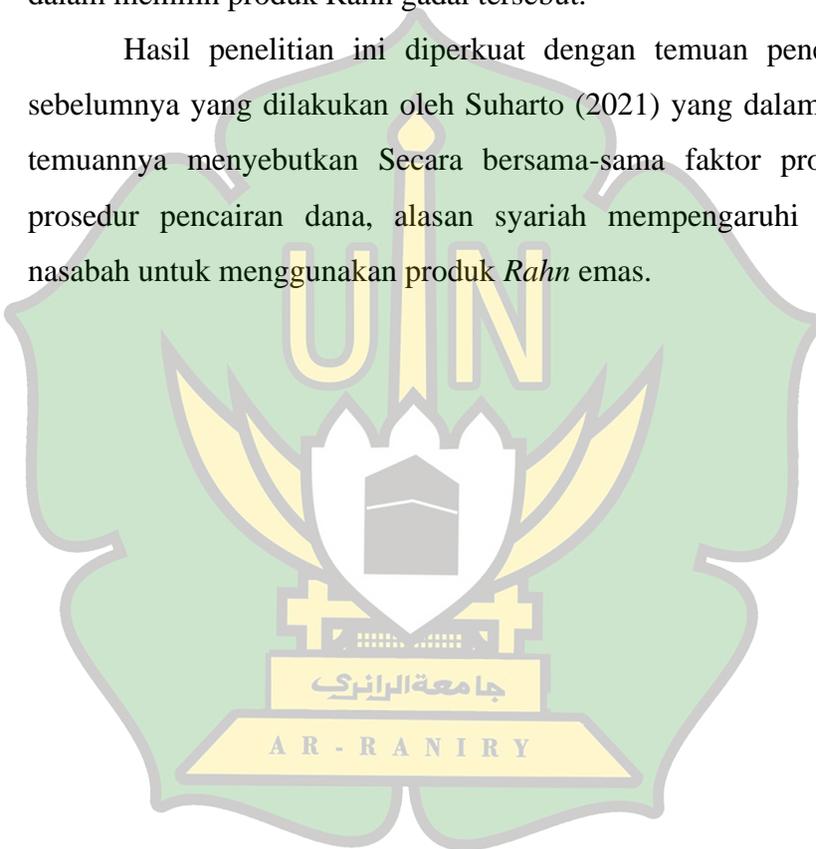
Menurut penelitian Silviana (2018) alasan syariah tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah, alasannya karena tidak masyarakat masih belum banyak mengetahui perbedaan syariah dan konvensional yang dinilai sama saja. Serta bagi non-muslim tidak memperlakukan akad syariah atau konvensional.

4.8.5 Pengaruh Promosi (X1), Pelayanan (X2), Prosedur Pencairan Dana (X3), Alasan Syariah (X4) Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini, secara umum nasabah memilih produk rahn emas di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya dilatar belakangi oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya seperti faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana, dan alasan syariah. Keempat variabel yang disebutkan tersebut menjadikan pertimbangan nasabah tersendiri dalam menentukan produk apa yang akan dipilih seperti dalam penelitian ini yaitu produk Rahn emas. Hasil penelitian ditunjukkan melalui $F\text{-hitung} (24.726) > F\text{-tabel} (2,40)$. Dengan demikian, nasabah memilih produk Rahn emas di Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya didasari oleh faktor yang mempengaruhi minatnya, tak terkecuali faktor promosi, pelayanan, prosedur pencairan dana, dan alasan syariah yang bersama-sama faktor tersebut memiliki peran nya dalam mempengaruhi minat nasabah

dalam memilih produk Rahn emas. Setiap produk atau jasa yang ditawarkan tentu memiliki kelebihan dan kekurangannya sendiri tidak terkecuali produk Rahn emas ini, oleh karena itu penting untuk mengetahui apa yang menjadikan alasan minat nasabah dalam memilih produk Rahn gadai tersebut.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suharto (2021) yang dalam hasil temuannya menyebutkan Secara bersama-sama faktor promosi, prosedur pencairan dana, alasan syariah mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan produk *Rahn* emas.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas secara parsial atau saling berhubungan, hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar 2.415 $> 1,650$ dari t tabel berdasarkan df 251 dan std error 5% atau 0,05 dan selanjutnya hasil penelitian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor ini memberikan dukungan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya. Hasil penelitian menemukan bahwa minat konsumen dalam memilih produk Rahn Emas dipengaruhi secara signifikan oleh faktor promosi baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor tersebut mendorong

minat nasabah terhadap produk Rahn Emas pada PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

2. Faktor pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas secara parsial atau saling berhubungan, hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $6.386 > 1,650$ dan selanjutnya hasil penelitian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor ini memberikan dukungan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
3. Faktor pencairan dana berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas secara parsial atau saling berhubungan, hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $>$ t tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $3.805 > 1,650$ dan selanjutnya hasil penelitian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor ini memberikan dukungan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

4. Faktor alasan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas secara parsial atau saling berhubungan, hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa penelitian menggunakan tabel uji t dengan ketentuan nilai t hitung $> t$ tabel, maka didapatkan hasil nilai t hitung sebesar $2.635 > 1,650$ dan selanjutnya hasil penelitian berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor ini memberikan dukungan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.
5. Faktor promosi, pelayanan, pencairan dana, dan alasan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas secara bersama-sama atau saling berhubungan, hasil output uji simultan diperoleh F hitung $(24.726) > F$ tabel $(2,40)$ berdasarkan df 251 dan std. error 5% atau 0,05. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa ke empat faktor tersebut memberikan dukungan secara simultan terhadap minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Simpang Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, maka dari itu peneliti memberi saran sebagai berikut:

Berdasarkan permasalahan yang diangkat, maka dari itu peneliti memberi saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, dengan adanya keterbatasan dalam pengujian maka peneliti menyarankan pada penelitian selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan judul sejenis diharapkan bisa menambah variabel lain yang berhubungan dengan minat nasabah dalam memilih produk Rahn emas, karena pada penelitian ini menggunakan variabel yang sedikit yaitu empat variabel, serta dapat memperpanjang periode pengamatan sehingga pengaruh dapat dilihat dari jangka waktu yang lebih panjang. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian tidak hanya pada PT. Pegadaian Syariah UPS.
2. Bagi perusahaan untuk tetap menjaga tingkat minat nasabah dengan juga menjaga pelayanannya, sistem yang baik serta pencairan keuangan lancar.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada investor maupun bagi pegadaian untuk dapat membuat keputusan sistem gadai yang sepenuhnya syariah dan berdampak pada berpengaruhnya minat yang membuat nasabah loyal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Riyadi, Ika Yunia Fauzia. 2014. Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah. *Kencana Prenadamedia Group: Edisi Pertama*.
- Adib, Mukhlis. (2014). Faktor–faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam memilih produk rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat. *Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah*.
- Agusvianto, Hendra. (2017). Sistem Informasi Inventori Gudang Untuk Mengontrol Persediaan Barang Pada Gudang.
- Al- Arif, M. Nur Rianto, (2010),” Dasar – Dasar Pemasaran Bank Syariah”.Bandung : Alfabeta.
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. *Jakarta: Mitra Wacana Media*.
- Anzal. (2021). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Cabang Syariah Blauran Surabaya. *Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*.
- Arikunto. (2015). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka. Cipta
- Arni.(2017). Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Palopo. *Skripsi (Palopo: IAIN Palopo)*.
- Atwal Arifin dan Husnul Khotimah. (2014). Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta, *seminar nasional dan call for paper*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta).

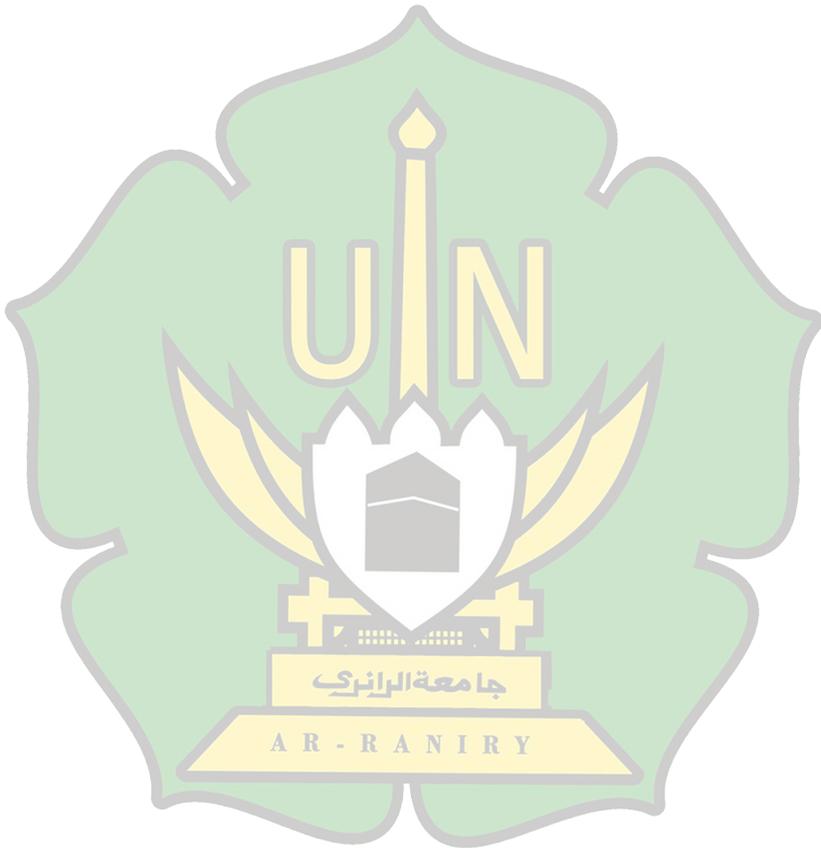
- Dewi, Galuh Yuliana. (2017). Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Gadai (Rahn) di PT. Pegadaian Cabang Syariah Blauran Surabaya. *Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.
- Djaali. (2008). Psikologi Pendidikan. *Jakarta: Bumi Aksara*.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Fatwa DSN-MUI tentang rahn emas. Diakses melalui <https://dsnmu.or.id/fatwa/rahn-emas> [27 Juli 2022].
- Febrianto, (2013). Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komite Audit, Komisaris Independen, dan Audit Report Lag terhadap Integritas Laporan Keuangan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2011-2012).
- Ferdinad. (2006). Indikator Minat Beli, Edisi 129
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, Indrio. (2002). Manajemen Jasa, edisi pertama. *Yogyakarta : Andi Offset*.
- Habiburahim, Muhammad. (2012). Mengenal Pegadaian Syariah. *Jakarta: kuwais*.
- Hadijah, Siti. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Heizer, Jay dan Render, Bally. (2006). Manajemen Operasi. Edisi 11. *Jakarta : Salemba Empat*.

- Henry Faizal Noor. (2014). *Investasi, Pengelolaan Keuangan, dan Pengembangan Ekonomi Masyarakat Edisi Revisi*. (akarta: Mitra Wacana Media
- Hermawan Kartajaya dan Muahammad Syakir Sula. (2006). *Syari"ah Marketing*, Jakarta: Mizan
- Hermawan Kartajaya, Muhammad Syakir Sula, Syariah Marketing . *Bandung: Mizan, 2006*), 165-187
- Huda, Nurul., Mohamad Heykal. (2010). Lembaga keuangan Islam. Jakarta: kencana. Huriyati, Ratih. 2010. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. *Bandung: Alfabeta*
- Husein, Umar. (2002). Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jakarta: PT. Gramedia Pusaka*.
- Karim, Adimarwan, (2006). Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan). Edisi Ketiga, *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Kasmir. (2008). Bank dan Lembaga lainnya. Edisi revisi : 2008. *Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada*.
- Khasanah, Nita Ainul.(2014). Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim dalam Pemilihan Produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah Kcp Gateway-Waru. *Skripsi Sarjana, Fakultas Syariah dan Hukum Uin Sunan Ampel Surabaya*.
- Kotler dan Keller.(2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 5. *Jakarta : PT. Indeks*
- Magfirah, Laila, Ridwan, Nurdin, dan Korespondensi Penulis. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah: Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Syiah Kuala*.

- Maharani, Nine Septa. (2020). “Pengaruh Promosi dan Fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 1(1).
- Mardani. (2013). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Moenir, A.S. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Mubarak, Zaki dan Indriani Windasari. 2014. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pegadaian Syariah di Kota Banjarmasin.” *At-Taradhi: Jurnal Studi Ekonomi*, 4(1).
- Mulazid, Ade Sofyan. (2012). *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Nana Diana, Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas dan Pembiayaan Ar-Rum Terhadap Perolehan Laba Pegadaian Syariah. *Skripsi*, (Karawang: Universitas singaperbangsa karawang, 2016).
- Noor Komari Pratiwi, Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang, *jurnal pujangga Vol. 1, No. 2*, (Tangerang : 2015).
- Noor, Juliansyah. (2012). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: kencana.
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal. (2010). *Lembaga Keuangan Islam Tinjauan Teoretis dan Praktis*. Jakarta : Kencana, 2010
- Philip Kotler. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Rahma, Dhika, (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Bank Syariah Di Indonesia, *Skripsi*, Semarang. FE-Universitas Diponegoro.

- Rodoni, Ahmad. (2009). *Investasi Syariah. Jakarta : Lembaga Penelitian UIN Jakarta.*
- Setyowati, Asih. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mendasari Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariahups Ngabean Kartasura. IAIN Surakarta*
- Silviana, Dewi. (2018). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo. Skripsi Sarjana. UIN Sunan Ampel Surabaya*
- Sinta Ardhila Jannah. (2017). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar Iii Muara Enim. Skripsi Prodi Ekonomi Islam Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo UIN Raden Fatah.*
- Siti Maimunah, *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang, skripsi (semarang: IAIN Walisongo, 2017).*
- Slamet. (2010). *Belajar & faktor – faktor yang mempengaruhi. Jakarta: PT. Rineka*
- Sudarmono. Heri. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah : deskripsi dan ilustrasi, Yogyakarta : Ekonesia.*
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.*
- Suharyat, Y. (2009). *Hubungan antara sikap, minat dan perilaku manusia. Jurnal region, 1(3), 1-19.*
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, 33. Yogyakarta: Pustaka Baru Press*
- Tedjakusuma, Ritawati., Sri Hartini dan Muryani. (2001). *“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen*

dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya.” *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial: Vol. 2, No. 3, Hlm. 48-58*



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah/Responden Kota Banda Aceh

Di tempat

Dengan Hormat, Dalam rangka penelitian yang akan dibahas mengenai Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memilih Produk Rahn Emas pada Pegadaian Syariah UPS Sp. Surabaya, maka kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu/ Saudara/i untuk menjawab beberapa pertanyaan atau kuesioner yang telah disediakan. Jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan objektif artinya diisi dengan apa adanya.

Kuesioner ini bukan tes psikologi dari manapun, maka dari itu Bapak/Ibu/Saudara/I tidak perlu takut atau ragu-ragu dalam memberikan jawaban yang sejujurnya. Artinya semua jawaban yang diberikan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i adalah benar, dan jawaban yang diminta adalah sesuai dengan kondisi yang dirasakan Bapak/Ibu/Saudara/i Nasabah/Responden kota Banda Aceh. Oleh karena itu, data dan identitas Bapak/Ibu/Saudara/i akan dijamin kerahasiaannya. A R - R A N I R Y

Demikianlah pengantar ini dibuat, atas perhatian, bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Zahartul Aulia

DAFTAR PERTANYAAN

A. Bagian I

Isilah pada tempat yang telah disediakan dengan singkat dan jelas, jika Bapak/Ibu/Saudara/i keberatan untuk mencantumkan nama, maka boleh untuk dikosongkan. Untuk pertanyaan nomor selanjutnya maka berilah tanda centang(√) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap benar.

1. Nama (boleh tidak diisi) :
2. Jenis Kelamin : Pria
 Wanita
3. Usia : 17-25 tahun
 26-40 tahun
 41-50 tahun
 > 50 tahun
4. Pendidikan Terakhir : SD
 SMP
 SMA
 Diploma
 S1
 S2/S3

5. Alamat / Domisili (Kecamatan) : () Baiturrahman
() Banda Raya
() Jaya Baru
() Kuta Alam
() Kuta Raja
() Lueng Bata
() Meuraxa
() Syiah Kuala
() Ulee Kareng

6. Pekerjaan : () Petani
() Pedagang
() Swasta
() Wirausaha
() PNS/TNI/POLRI
() lainnya



B. Bagian II

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Jawablah pertanyaan sesuai dengan anggapan Bapak/Ibu/Saudara/i dengan memberikan tanda centang () pada pertanyaan yang telah tersedia sesuai dengan pendapat saudara. Setiap pertanyaan mengharapkan hanya satu jawaban dan memilih jawaban yang lain maka hendaknya memberitahu keterangan lebih lanjut. Setiap angka yang tersedia akan mewakili tingkat kesesuaian terhadap pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i :

- (1) = Sangat Tidak Setuju(STS) (2)=Tidak Setuju (TS)
(3) = Setuju (S) (4)=Sangat Setuju (SS)

1. Promosi (X1)

No.	Promosi	SS	S	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah menyajikan informasi secara tepat dan akurat.				
2.	Pegadaian Syariah mempublikasikan informasi yang mudah diakses oleh nasabah melalui website resmi.				
3.	Pegadaian Syariah selalu mempublikasikan setiap informasi melalui website resminya.				
4.	Pegadaian Syariah sering menyampaikan atau mengupdate segala informasinya.				

2. Pelayanan (X2)

No.	Pelayanan	SS	S	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah memberikan fasilitas, sarana dan prasarana pelayanan secara maksimal serta merespon nasabah sesuai dengan yang diharapkan.				
2.	Pegadaian Syariah memberikan pelayanan yang responsive (cepat), ramah dan professional kepada nasabah apabila terjadi complain				
3.	Pegadaian Syariah memberikan penanganan keluhan nasabah dengan baik serta menjamin keamanan sesuai keinginan nasabah.				
4.	Pegadaian Syariah selalu mengutamakan kepentingan setiap nasabah.				
5.	Pegadaian Syariah memberikan pengertian serta toleransi terhadap nasabah apabila terjadi masalah.				

3. Prosedur Pencairan Dana (X3)

No.	Prosedur Pencairan Dana	SS	S	TS	STS
1.	Prosedur Pegadaian Syariah sudah efektif dan sudah beradaptasi pada proses.				
2.	Pegadaian Syariah selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi pada saat pencairan dana.				
3.	Prosedur pencairan dana pada Pegadaian Syariah dilakukan dengan sesederhana mungkin				

	dan tidak mempersulit nasabah.				
4.	Pencairan dana tidak membutuhkan waktu lama				

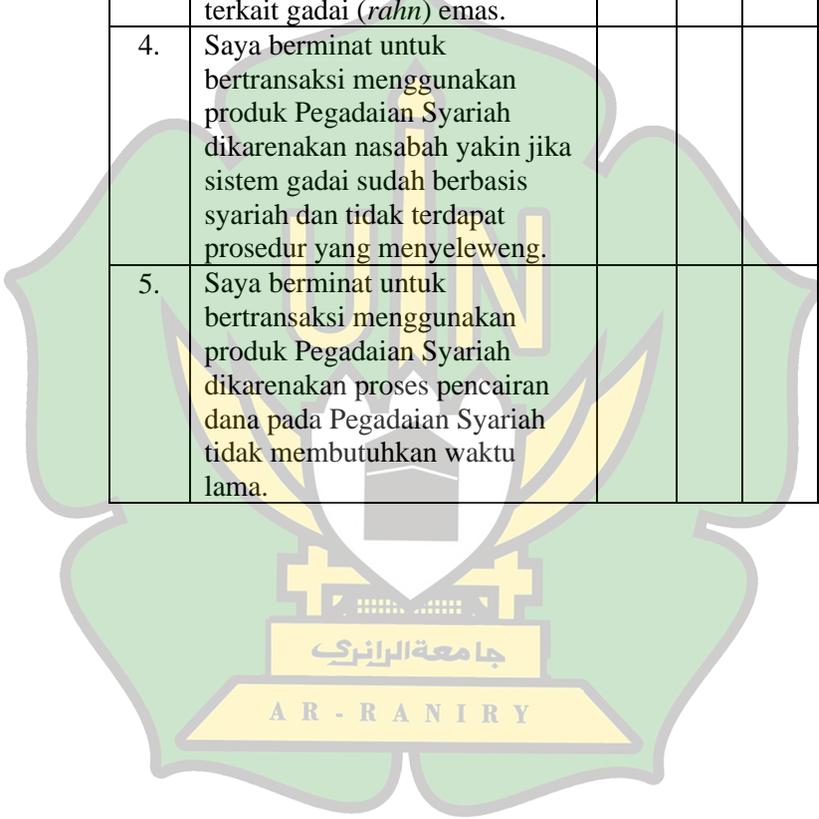
4. Alasan Syariah (X4)

No.	Alasan Syariah	SS	S	TS	STS
1.	Pegadaian Syariah sudah berbasis syariah serta akad didalamnya sudah sesuai dengan syariat Islam dan pelayanannya tidak menyeleweng dari syariat Islam.				
2.	Sumber dana yang didapatkan oleh pihak Pegadaian Syariah berasal dari founder yang halal sehingga tidak terdapat spekulasi tanpa kejelasan.				
3.	Pegadaian Syariah tidak menerapkan biaya selain biaya penitipan.				

5. Minat Nasabah (Y)

No.	Minat	SS	S	TS	STS
1.	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan produk Pegadaian Syariah dikarenakan produk yang diharapkan layak untuk direkomendasikan.				
2.	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan produk Pegadaian Syariah dikarenakan menyediakan				

	sistem pembayaran melalui aplikasi Pegadaian secara online.				
3.	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan produk Pegadaian Syariah dikarenakan menyediakan layanan program menarik terkait gadai (<i>rahn</i>) emas.				
4.	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan produk Pegadaian Syariah dikarenakan nasabah yakin jika sistem gadai sudah berbasis syariah dan tidak terdapat prosedur yang menyeleweng.				
5.	Saya berminat untuk bertransaksi menggunakan produk Pegadaian Syariah dikarenakan proses pencairan dana pada Pegadaian Syariah tidak membutuhkan waktu lama.				



Lampiran 2. Karakteristik Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 tahun	31	12.4	12.4	12.4
	17-25 tahun	38	15.1	15.1	27.5
	26-40 tahun	136	54.2	54.2	81.7
	41-50 tahun	46	18.3	18.3	100.0
	Total	251	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA	39	15.5	15.5	16.3
	S1	47	18.7	18.7	35.1
	S2/S3	3	1.2	1.2	36.3
	SD	8	3.2	3.2	39.4
	SMA	112	44.6	44.6	84.1
	SMP	40	15.9	15.9	100.0
	Total	251	100.0	100.0	

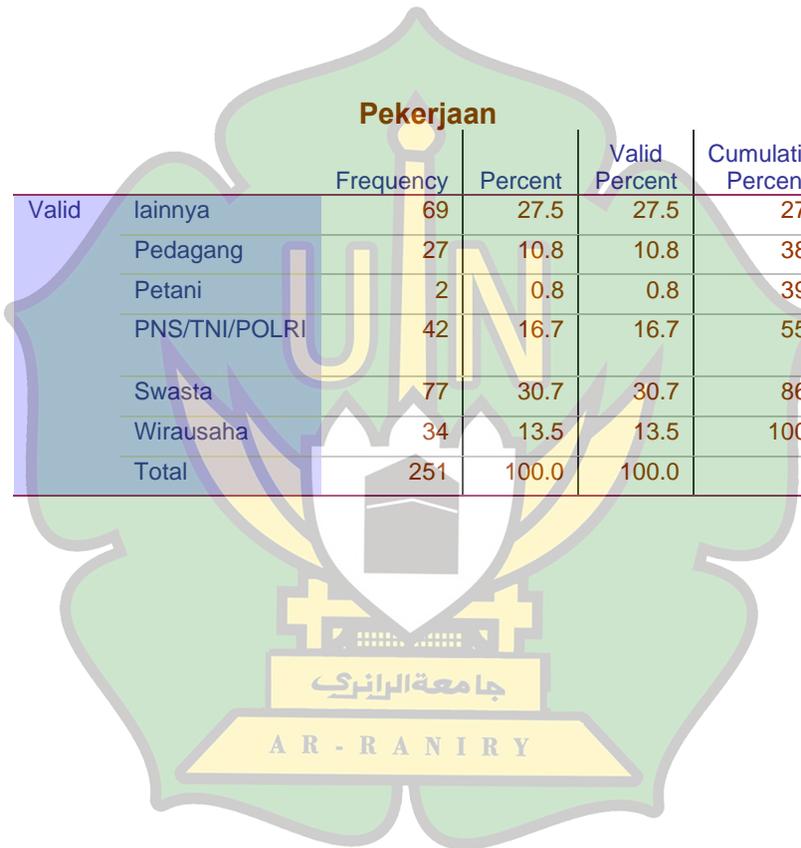
Alamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baiturrahman	28	11.2	11.2	11.2
	Banda Raya	21	8.4	8.4	19.5
	Jaya Baru	34	13.5	13.5	33.1
	Kuta Alam	20	8.0	8.0	41.0
	Kuta Raja	26	10.4	10.4	51.4
	Lueng Bata	56	22.3	22.3	73.7

Meuraxa	19	7.6	7.6	81.3
Syiah Kuala	24	9.6	9.6	90.8
Ulee Kareng	23	9.2	9.2	100.0
Total	251	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid lainnya	69	27.5	27.5	27.5
Pedagang	27	10.8	10.8	38.2
Petani	2	0.8	0.8	39.0
PNS/TNI/POLRI	42	16.7	16.7	55.8
Swasta	77	30.7	30.7	86.5
Wirausaha	34	13.5	13.5	100.0
Total	251	100.0	100.0	



Dokumentasi Penelitian:



Lampiran 3. Tanggapan Responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
4	4	2	1	11
4	4	1	2	11
3	4	2	1	10
4	3	2	1	10
4	3	1	2	10
3	3	2	1	9
3	3	1	2	9
3	4	3	1	11
4	3	3	2	12
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	4	3	2	13
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	2	3	11
4	4	3	2	13
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
4	4	3	3	14
2	2	3	2	9
3	3	2	2	10
3	3	2	4	12
2	4	2	4	12

3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	1	3	10
3	3	4	4	14
3	3	2	2	10
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
3	3	4	3	13
4	4	3	3	14
3	1	2	2	8
1	4	2	3	10
3	3	2	2	10
2	4	3	3	12
3	4	4	2	13
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
3	4	3	2	12
3	3	3	2	11
4	1	3	2	10
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
4	2	4	2	12
2	2	3	4	11
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	3	2	2	10
2	2	4	4	12
3	4	2	4	13
4	4	3	3	14
3	3	4	4	14

2	4	3	4	13
4	2	2	4	12
4	3	4	3	14
2	4	4	3	13
3	3	4	3	13
3	2	3	3	11
4	4	4	3	15
3	4	4	3	14
2	4	4	3	13
4	4	4	3	15
2	3	3	2	10
3	4	4	2	13
3	4	4	3	14
3	4	4	2	13
3	4	4	2	13
2	3	4	2	11
3	4	3	3	13
3	4	4	4	15
4	4	4	3	15
4	3	4	3	14
3	4	3	3	13
4	4	4	2	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
3	3	3	3	12
2	3	4	4	13
4	3	2	3	12
3	4	3	2	12

3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
2	4	3	3	12
4	2	3	2	11
2	3	2	2	9
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
4	3	4	3	14
3	3	4	4	14
3	3	2	2	10
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
3	3	4	3	13
3	4	3	3	13
3	3	2	2	10
3	4	4	3	14
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
2	3	2	3	10
2	4	3	2	11
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
2	4	3	4	13
2	4	4	4	14
3	4	4	4	15
2	3	4	3	12
3	3	4	3	13
4	4	4	3	15

4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	3	2	2	11
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
3	2	4	4	13
3	4	2	4	13
4	4	4	3	15
3	3	4	2	12
3	4	3	2	12
3	4	3	2	12
3	3	3	2	11
3	3	4	2	12
4	3	3	2	12
4	3	2	2	11
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
3	2	2	2	9
4	2	3	3	12
3	3	4	3	13
3	2	3	3	11
3	2	4	3	12
4	2	2	3	11

3	3	4	4	14
3	4	4	4	15
4	2	3	3	12
4	2	2	2	10
4	3	3	2	12
3	2	3	2	10
3	3	2	2	10
2	3	3	3	11
2	3	3	2	10
3	3	3	2	11
2	4	3	2	11
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	4	4	3	14
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
2	4	4	2	12
3	4	4	2	13
2	3	3	2	10
3	4	4	2	13
2	4	3	3	12
3	4	4	2	13
2	2	2	3	9
2	3	3	2	10
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
2	3	3	3	11

2	2	4	3	11
3	4	3	2	12
3	2	3	3	11
3	3	4	4	14
3	3	2	3	11
3	3	3	2	11
2	3	3	3	11
3	2	4	4	13
3	3	3	3	12
2	3	3	2	10
2	2	2	2	8
3	2	4	4	13
3	2	4	4	13
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	4	4	2	14
4	4	3	4	15
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	4	4	2	14
4	4	3	4	15
3	4	4	2	13
2	4	4	2	12
4	3	3	3	13

4	4	4	2	14
4	4	3	4	15
2	4	4	2	12
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
2	3	3	3	11
2	4	3	3	12
4	4	4	3	15
3	2	4	3	12
2	4	3	2	11
3	2	3	3	11
3	3	4	4	14
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
3	4	4	4	15
2	2	4	4	12
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
2	2	2	2	8
3	2	4	4	13
3	2	4	4	13
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	4	4	2	14

	4	4	3	4	15	
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	2	3	14	
3	3	3	2	4	15	
4	4	3	4	2	17	
3	3	2	3	3	14	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	2	4	18	
2	2	3	4	2	13	
3	3	2	3	2	13	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
3	3	3	2	3	14	
3	3	2	4	3	15	
2	2	2	2	3	11	
4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	3	19	
3	3	3	3	3	15	
4	4	4	4	4	20	
4	4	3	4	3	18	
4	4	4	3	3	18	
2	2	2	3	2	11	
3	3	3	3	3	15	
3	3	3	3	3	15	
4	4	3	3	2	16	
3	3	3	3	3	15	
2	2	2	3	2	11	
4	4	3	3	2	16	
2	2	2	2	3	11	

3	3	3	2	3	14
3	3	2	3	3	14
3	2	2	2	2	11
3	2	3	2	2	12
2	3	2	2	3	12
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	3	3	3	3	14
3	2	2	2	3	12
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16
2	3	3	3	3	14
2	3	3	3	2	13
4	4	4	3	1	16
3	4	3	2	3	15
3	3	3	3	4	16
2	3	4	4	3	16
4	3	2	3	3	15
3	4	3	2	3	15
3	3	3	3	2	14
4	3	4	4	3	18
2	4	3	3	3	15
4	2	3	2	4	15
2	3	2	2	3	12
4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	4	16
4	3	4	4	3	18
4	3	4	3	3	17
3	3	4	4	1	15

3	3	2	2	3	13
3	4	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17
3	3	4	3	2	15
3	4	3	3	3	16
3	3	2	2	3	13
3	4	4	3	4	18
2	3	2	2	2	11
2	4	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
2	3	2	2	4	13
2	3	2	3	3	13
2	4	3	2	3	14
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	3	18
2	4	3	4	4	17
2	4	4	4	3	17
3	4	4	4	2	17
2	3	4	3	1	13
3	3	4	3	3	16
3	3	2	2	4	14
3	2	3	2	3	13
3	2	4	2	3	14
4	4	3	2	3	16
4	3	2	2	2	13
3	3	2	2	3	13
3	2	3	2	3	13
3	4	4	2	4	17
4	3	3	3	3	16
3	3	2	3	3	14
3	4	3	3	4	17
4	2	4	3	4	17

2	4	3	3	3	15
3	2	4	4	3	16
3	4	2	4	1	14
4	4	4	3	3	18
3	3	4	2	3	15
3	4	3	2	3	15
3	4	3	2	3	15
3	3	3	2	3	14
3	3	4	2	3	15
4	3	3	2	4	16
4	3	2	2	3	14
3	3	2	2	2	12
4	3	3	2	1	13
3	3	4	2	3	15
4	3	3	2	4	16
3	2	2	2	3	12
4	2	3	3	4	16
3	3	4	3	4	17
3	2	3	3	3	14
3	2	4	3	3	15
4	2	2	3	1	12
3	3	4	4	3	17
3	4	4	4	3	18
4	2	3	3	3	15
4	2	2	2	3	13
4	3	3	2	3	15
3	2	3	2	3	13
3	3	2	2	2	12
2	3	3	3	3	14
2	3	3	2	3	13
3	3	3	2	4	15
2	4	3	2	3	14

3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	4	16
3	4	4	3	4	18
2	2	3	3	3	13
3	3	2	2	3	13
3	3	3	3	4	16
2	4	4	2	3	15
3	3	3	2	3	14
2	3	2	2	3	12
2	2	2	2	3	11
2	4	4	2	4	16
3	4	4	2	3	16
2	3	3	2	2	12
3	4	4	2	1	14
2	4	3	3	3	15
3	4	4	2	4	17
2	2	2	3	3	12
2	3	3	2	3	13
3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	2	15
2	3	3	3	3	14
2	2	4	3	3	14
3	4	3	2	4	16
3	2	3	3	3	14
3	3	4	4	3	17
3	3	2	3	4	15
3	3	3	2	4	15
2	3	3	3	3	14
3	2	4	4	3	16
3	3	3	3	1	13
2	3	3	2	3	13
2	2	2	2	3	11

3	2	4	4	3	16
3	2	4	4	3	16
2	3	3	3	3	14
2	3	4	4	3	16
3	3	3	3	4	16
2	3	3	2	3	13
3	3	3	2	2	13
2	4	3	2	1	12
3	3	2	2	3	13
2	3	3	3	4	15
2	4	4	3	3	16
2	2	3	3	4	14
2	3	2	2	4	13
3	3	3	3	3	15
2	4	4	2	4	16
2	3	3	2	3	13
2	3	2	2	2	11
2	2	2	2	1	9
3	4	4	2	3	16
2	4	4	2	4	16
3	3	3	2	3	14
3	4	4	2	4	17
2	4	3	3	4	16
2	4	4	2	3	15
3	2	2	3	3	13
3	3	3	2	1	12
2	3	3	3	3	14
2	4	3	3	3	15
2	3	3	3	3	14
3	2	4	3	3	15
2	4	3	2	3	14
3	2	3	3	3	14

3	3	4	4	2	16
2	3	2	3	3	13
3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	4	16
2	2	4	4	3	15
3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	4	15
2	2	2	2	4	12
3	2	4	4	3	16
3	2	4	4	3	16
3	3	3	3	4	16
3	3	4	4	3	17
4	3	2	2	3	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	3	4	16
4	3	3	3	3	16
4	3	3	3	2	15
3	3	3	3	1	13
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
4	4	3	4	3	18
4	3	2	3	3	15
3	3	3	3	2	14
3	4	4	2	3	16
3	2	3	4	3	15
4	3	2	3	4	16
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	3	18
4	3	3	2	4	16
2	3	2	4	4	15
3	2	2	2	3	12

3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	3	19
3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	3	18
3	4	3	4	3	17
3	4	4	3	3	17
3	2	2	3	2	12
4	3	3	3	3	16
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	4	17
4	3	3	3	3	16
3	2	2	3	3	13
4	4	3	3	4	18
3	2	2	2	4	13
4	3	3	2	3	15
3	3	2	3	4	15
4	4	4	2	4	18
4	3	4	2	3	16
4	4	3	2	3	16
2	2	3	3	1	11
3	3	3	4	3	16
3	3	3	2	3	14
4	3	3	2	3	15
4	3	3	3	3	16
3	2	2	2	3	12
3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	1	11
3	3	3	4	3	16
3	3	3	2	3	14
4	3	3	2	3	15
4	3	3	3	3	16
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	

4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
4	4	3	4	15
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	2	3	4	13
3	3	1	3	10
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
4	3	3	2	12
3	3	2	4	12
2	1	2	1	6
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	4	3	4	14
4	4	4	3	15
4	2	2	3	11
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
3	4	3	3	13
4	3	3	3	13
2	2	2	3	9
3	4	3	3	13
3	2	2	2	9
2	3	3	2	10
3	3	2	3	11
4	2	2	2	10
3	2	3	2	10

4	3	1	1	9
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	2	2	2	9
3	2	2	2	9
3	3	3	3	12
3	2	2	2	9
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
4	2	3	3	12
3	2	2	2	9
3	2	3	3	11
3	2	3	3	11
4	2	4	3	13
3	3	3	3	12
3	4	4	4	15
3	3	4	3	13
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
3	4	4	2	13
3	4	3	3	13
4	3	4	3	14
3	4	3	2	12
4	3	2	3	12
3	4	4	4	15
4	3	3	3	13
4	3	3	3	13
3	3	2	2	10
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	3	3	2	12
3	4	3	4	14

2	3	2	3	10
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
3	2	3	4	12
3	3	1	3	10
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	3	2	12
3	3	2	4	12
4	1	2	1	8
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
2	2	3	3	10
3	2	2	2	9
3	2	3	3	11
2	2	3	3	10
3	2	4	3	12
4	3	3	3	13
3	4	4	4	15
4	3	4	3	14
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	4	4	2	13
3	4	3	3	13
3	3	4	3	13
3	4	3	2	12
3	3	2	3	11
3	4	4	4	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11

4	3	3	2	12
3	4	3	4	14
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
3	2	3	4	12
3	3	1	3	10
4	3	3	3	13
3	4	4	4	15
3	3	3	2	11
4	3	2	4	13
3	1	2	1	7
2	4	4	4	14
2	4	4	4	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	3	4	14
3	4	4	3	14
2	2	2	3	9
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	4	3	3	13
2	3	3	3	11
4	2	2	3	11
4	4	3	3	14
3	2	2	2	9
4	3	3	2	12
3	3	2	3	11
3	2	2	2	9
2	2	3	2	9
3	3	1	1	8
3	3	3	3	12

2	4	4	4	14
3	2	2	2	9
3	2	2	2	9
3	3	3	3	12
3	3	2	2	10
3	3	2	3	11
4	3	4	3	14
3	2	3	3	11
3	3	3	2	11
4	4	2	3	13
2	3	4	3	12
3	1	3	3	10
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
3	2	4	3	12
1	2	1	3	7
4	4	4	2	14
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
4	4	4	2	14
4	3	4	3	14
4	4	3	4	15
2	2	3	3	10
3	3	3	3	12
3	3	3	2	11
4	3	3	3	13
3	3	3	2	11
2	2	3	2	9
4	3	3	4	14
2	2	2	3	9
3	3	2	3	11

3	2	3	2	10
2	2	2	4	10
2	3	2	3	10
3	1	1	3	8
3	3	3	4	13
4	4	4	2	14
2	2	2	4	10
2	2	2	1	7
3	3	3	3	12
2	2	2	3	9
3	3	3	3	12
4	3	3	2	12
2	3	3	3	11
2	2	2	3	9
2	3	3	3	11
2	3	3	3	11
2	4	3	4	13
3	3	3	3	12
4	4	4	3	15
3	4	3	3	13
4	4	3	2	13
3	3	3	3	12
4	4	2	3	13
4	3	3	2	12
3	4	3	3	13
4	3	2	4	13
3	2	3	3	11
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
3	3	3	3	12
3	2	2	2	9
3	3	3	2	11

3	3	2	4	12
3	3	2	1	9
4	3	4	3	14
3	2	3	3	11
3	3	3	2	11
4	4	2	1	11
2	3	4	3	12
3	1	3	3	10
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
3	3	2	3	11
3	2	4	4	13
1	2	1	3	7
3	3	3	3	12
4	3	3	2	12
2	3	3	2	10
2	2	2	4	10
2	3	3	3	11
2	3	3	3	11
2	4	3	2	11
3	3	3	4	13
4	4	4	3	15
3	4	3	3	13
4	4	3	4	15
3	3	3	2	11
4	4	2	4	14
4	3	3	1	11
3	4	3	4	14
4	3	2	4	13
3	2	3	3	11
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13

3	3	3	3	12
3	2	2	3	10
3	3	3	3	12
3	3	2	3	11
3	3	2	3	11
3	2	4	3	12
1	2	1	3	7
3	3	3	3	12
3	2	2	2	9
3	2	3	2	10
4	4	4	3	15
3	3	3	2	11
3	3	3	2	11
3	2	2	2	9
4	4	3	2	13
2	2	3	3	10
3	3	3	4	13
3	2	3	2	10
4	4	4	2	14
3	3	3	3	12
3	2	3	2	10
4	4	4	3	15
3	3	2	3	11
3	4	4	4	15
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
4	3	2	2	11
X4.1	X4.2	X4.3	X4	
3	3	3	9	
4	3	3	10	
3	3	3	9	
2	3	3	8	

2	2	2	6
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
3	3	4	10
2	2	2	6
2	2	3	7
3	3	3	9
2	4	3	9
3	3	3	9
3	3	2	8
3	4	3	10
1	3	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	2	8
2	1	2	5
3	3	3	9
4	4	4	12
2	3	2	7

2	1	1	4
3	3	2	8
2	3	3	8
3	3	3	9
3	4	3	10
3	3	2	8
2	2	2	6
3	3	2	8
2	3	3	8
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9
4	3	4	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
2	2	2	6
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9

2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	4	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
2	2	2	6
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9

4	3	4	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
2	2	2	6
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	4	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11

3	4	3	10
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
3	3	4	10
2	2	2	6
2	2	3	7
3	3	3	9
2	4	3	9
3	3	3	9
3	3	2	8
3	4	3	10
1	3	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	2	8

2	1	2	5
3	3	3	9
4	4	4	12
2	3	2	7
2	1	1	4
3	3	2	8
2	3	3	8
3	3	3	9
3	4	3	10
3	3	2	8
2	2	2	6
3	3	2	8
2	3	3	8
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9
4	3	4	11
4	3	3	10
4	4	3	11
4	3	4	11
3	4	3	10
4	4	3	11
3	3	3	9
3	3	3	9
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8

2	2	2	6
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
4	3	3	10
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	4	11
2	1	2	5
3	3	3	9
4	3	3	10
3	3	3	9
2	3	3	8
2	2	2	6
3	3	3	9
3	3	3	9
2	3	3	8
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
4	3	3	10
2	1	1	4
4	4	4	12
3	3	4	10

2	2	2	6		
2	2	3	7		
3	3	3	9		
2	4	3	9		
3	3	3	9		
3	3	2	8		
3	4	3	10		
1	3	2	6		
3	3	3	9		
3	3	3	9		
2	2	2	6		
3	3	2	8		
2	1	2	5		
3	3	3	9		
4	4	4	12		
3	3	3	9		
2	2	2	6		
3	3	2	8		
3	3	2	8		
2	1	2	5		
3	3	3	9		
4	4	4	12		
3	3	3	9		
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
4	3	3	2	4	16
2	4	3	4	3	16
3	3	2	3	2	13
3	3	3	3	2	14
4	4	4	2	3	17
2	2	3	4	4	15

2	3	1	3	3	12
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	3	19
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
4	4	4	4	2	18
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	3	19
3	4	3	4	3	17
3	4	4	3	3	17
2	2	2	3	4	13
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	2	14
2	4	3	3	2	14
3	3	3	3	3	15
2	2	2	3	4	13
2	4	3	3	3	15
3	2	2	2	2	11
3	3	3	2	3	14
3	3	2	3	4	15
2	2	2	2	3	11
2	2	3	2	4	13
3	3	1	1	2	10
3	3	3	3	4	16
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	11
2	2	2	2	2	10
3	3	3	3	3	15
3	2	2	2	3	12
3	3	3	3	2	14

4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	3	18
3	3	4	3	2	15
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
4	3	3	2	4	16
2	4	3	4	3	16
3	3	2	3	2	13
3	3	3	3	2	14
4	4	4	2	3	17
2	2	3	4	4	15
2	3	1	3	3	12
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	3	19
3	3	3	2	4	15

3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	3	18
3	3	4	3	2	15
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11

1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
4	4	4	4	3	19
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15

2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	3	18
3	3	4	3	2	15
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16

4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
4	4	4	4	3	19
3	3	3	2	4	15

3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	3	3	3	17
3	2	3	3	4	15
2	2	2	2	3	11
1	2	3	3	2	11
3	2	3	3	2	13
4	2	4	3	3	16
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
2	4	4	3	3	16
3	3	3	3	4	16
3	4	4	2	3	16
4	4	3	3	4	18
3	3	4	3	2	15
3	4	3	2	4	16

4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
3	3	3	3	1	13
1	3	2	2	1	9
3	3	3	3	2	14
3	3	3	2	3	14
3	3	3	2	4	15
3	3	2	4	3	15
3	1	2	1	4	11
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13
4	3	2	3	4	16
4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	1	13



Lampiran 4. Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.171**	.152*	-0.025	.541**
	Sig. (2-tailed)		0.007	0.016	0.693	0.000
	N	251	251	251	251	251
X1.2	Pearson Correlation	.171**	1	.266**	-0.090	.559**
	Sig. (2-tailed)	0.007		0.000	0.153	0.000
	N	251	251	251	251	251
X1.3	Pearson Correlation	.152*	.266**	1	.273**	.732**
	Sig. (2-tailed)	0.016	0.000		0.000	0.000
	N	251	251	251	251	251
X1.4	Pearson Correlation	-0.025	-0.090	.273**	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	0.693	0.153	0.000		0.000
	N	251	251	251	251	251
X1	Pearson Correlation	.541**	.559**	.732**	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	251	251	251	251	251

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	0.118	.164**	0.122	0.094	.519**
	Sig. (2-tailed)		0.061	0.009	0.054	0.139	0.000

	N	251	251	251	251	251	251
X2.2	Pearson Correlation	0.118	1	.359**	0.080	.143*	.587**
	Sig. (2-tailed)	0.061		0.000	0.207	0.024	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
X2.3	Pearson Correlation	.164**	.359**	1	.362**	0.116	.700**
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.000		0.000	0.066	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
X2.4	Pearson Correlation	0.122	0.080	.362**	1	-0.024	.549**
	Sig. (2-tailed)	0.054	0.207	0.000		0.706	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
X2.5	Pearson Correlation	0.094	.143*	0.116	-0.024	1	.485**
	Sig. (2-tailed)	0.139	0.024	0.066	0.706		0.000
	N	251	251	251	251	251	251
X2	Pearson Correlation	.519**	.587**	.700**	.549**	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	251	251	251	251	251	251

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

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.328**	.269**	-0.054	.550**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.393	0.000
	N	251	251	251	251	251
X3.2	Pearson Correlation	.328**	1	.488**	.277**	.794**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	251	251	251	251	251

X3.3	Pearson Correlation	.269**	.488**	1	.238**	.756**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	251	251	251	251	251
X3.4	Pearson Correlation	-0.054	.277**	.238**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	0.393	0.000	0.000		0.000
	N	251	251	251	251	251
X3	Pearson Correlation	.550**	.794**	.756**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	251	251	251	251	251

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.634**	.681**	.872**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000
	N	251	251	251	251
X4.2	Pearson Correlation	.634**	1	.735**	.890**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000
	N	251	251	251	251
X4.3	Pearson Correlation	.681**	.735**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000
	N	251	251	251	251
X4	Pearson Correlation	.872**	.890**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	
	N	251	251	251	251

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

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
--	----	----	----	----	----	---

Y1	Pearson Correlation	1	.322**	.287**	.260**	.162*	.700**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.010	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
Y2	Pearson Correlation	.322**	1	.497**	.425**	-0.117	.707**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.063	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
Y3	Pearson Correlation	.287**	.497**	1	.371**	-.234**	.603**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
Y4	Pearson Correlation	.260**	.425**	.371**	1	-.309**	.540**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	251	251	251	251	251	251
Y5	Pearson Correlation	.162*	-0.117	-.234**	-.309**	1	.308**
	Sig. (2-tailed)	0.010	0.063	0.000	0.000		0.000
	N	251	251	251	251	251	251
Y	Pearson Correlation	.700**	.707**	.603**	.540**	.308**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	251	251	251	251	251	251

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

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

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.710	5

Reliability

Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.713	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.763	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.859	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.699	6

Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Kurtosis		
Statistic	Statistic	Std. Error
-0.377	0.193	0.306

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.648	0.880		3.008	0.003
X1	0.005	0.045	0.008	0.121	0.904
X2	-0.073	0.039	-0.123	-1.855	0.065
X3	-0.004	0.040	-0.006	-0.087	0.931
X4	-0.014	0.039	-0.023	-0.353	0.725

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Multikolonieritas

Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
0.991	1.009
0.915	1.093
0.893	1.119
0.931	1.074

Lampiran 6. Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2.069	1.420		1.457	0.146
X1	0.173	0.072	0.131	2.415	0.016
X2	0.403	0.063	0.360	6.386	0.000
X3	0.247	0.065	0.217	3.805	0.000
X4	0.167	0.063	0.147	2.635	0.009

a. Dependent Variable: Y

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	360.094	4	90.023	24.726	.000 ^b
Residual	895.635	246	3.641		
Total	1255.729	250			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Koefisien Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.536 ^a	0.287	0.275	1.908

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3