

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN  
JASA PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI, DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN  
JASA PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verawati Permatasari  
NIM : 16 0402 0122  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 16 Juni 2021

Yang membuat persyaratan



**Verawati Permatasari**

16 0402 0122

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo yang di tulis oleh Verawati Permatasari dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0122, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 25 Maret 2021 Miladiyah bertepatan dengan 11 Sya'ban 1442 hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 08 Juni 2021

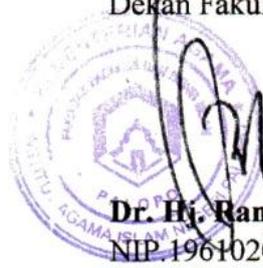
### TIM PENGUJI

- |  |               |         |
|--|---------------|---------|
| 1. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I             | Ketua Sidang  | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A | Penguji I     | (.....) |
| 3. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si        | Penguji II    | (.....) |
| 4. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M | Pembimbing I  | (.....) |
| 5. Mujahidin, Lc., M.E.I                 | Pembimbing II | (.....) |

### Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah



**Dr. Hj. Ramlah M, M.M.**  
NIP.196102081994032001



**Hendra Safri, SE., MM**  
NIP.19861020 201503 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 22 Januari 2021

Lamp : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Verawati Permatasari

NIM : 16 0402 122

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diseminarkan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M**  
NIP. 19781127 200312 1 003

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 22 Januari 2021

Lamp : -

Hal : Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Setelah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Verawati Permatasari

NIM : 16 0402 122

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul : "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo"

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak diajukan untuk diseminarkan. Demikian untuk diproses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Pembimbing II



**Mujahidin, Lc., M.E.**

NIP.19840823201801 1 001

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى  
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan Hidayah, Taufiq dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo”** setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dalam penyusunan skripsi ini peneliti telah mendapat bantuan dari banyak pihak, melalui kesempatan yang banyak ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Amir dan Ibunda tercinta Mahani yang telah membesarkan penulis dengan kasih sayang yang begitu indah, melakukan pengorbanan yang tiada batas, senantiasa memberikan dorongan dan doa.
2. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah

membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.

3. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS.,CAMP.,CAPF., CSRA. Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E., M.M. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Dosen Pembimbing I, Dr.Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M dan Dosen Pembimbing II, Mujahidin, Lc., M.E. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., MA selaku dosen penguji I, dan Abd Kadir Arno, SE.Sy., M.Si. selaku dosen Penguji II yang memberikan kritikan serta arahan untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Dosen Penasehat Akademik, Zainuddin S, SE.,M.Ak.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan dan karyawan dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah memberikan peluang untuk penulis dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.

9. Kepada saudara tercinta, Jumrana Amriana, S.Pd., Fitriani Ayu Lestari, S.Pd., Rahmat Ramadhan, dan Rohid serta seluruh keluarga, yang telah membantu penulis baik secara materi maupun non materi dalam menyelesaikan studi di IAIN Palopo.
10. Kepada HMPS Perbankan Syariah Angkatan 2018, Maccarita Grup 3, yang selalu senantiasa menjaga kekompakan, persaudaraan, dan telah rela mengorbankan tenaga, pikiran dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2016 (khususnya kelas F) dan Teman-teman KKN IAIN Palopo Angkatan ke-36 khususnya Desa Wonorejo Kec. Mangkutana Kabupaten Luwu Timur yang telah memberikan pengalaman dan persudaraan yang terjalin begitu erat.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan sumbangsih kepada penulis selama kuliah hingga penulisan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal dari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Palopo, 16 Juni 2021

Penulis

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

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

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>damamah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*  
هَوَّلَ : *haulā*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya z berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ...   آ ...	<i>fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : māta  
رَمَى : rāmā  
قِيلَ : qīla  
يَمُوتُ : yamūtu

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, makatā' *marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*  
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*  
الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*  
نَجَّيْنَا : *najjainā*  
الْحَقُّ : *al-haqq*  
نُعِمْ : *nu'ima*  
عُدُّوْا : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* ( ِ ) di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Alī (bukan ‘Aliyy atau A’ly)  
عَرَبِيٌّ : ‘Arabī (bukan A’rabiyy atau ‘Arabiyy)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma’rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)  
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)  
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*  
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzan

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*  
النَّوْءُ : *al-nau’*  
سَيِّئٌ : *syai’un*  
أُمِرْتُ : *umirtu*

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi

bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*  
*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh* بِاللَّهِ *!lāh*

adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*  
*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*  
*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*  
*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*  
*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,  
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad  
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,  
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

### **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>v</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR HADIS</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR ISTILAH</b> .....	<b>xxii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	7
B. Landasan Teori .....	9
C. Kerangka Pikir .....	21
D. Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	23
C. Definisi Operasional Variabel .....	23
D. Populasi dan Sampel .....	24
E. Teknik Pengumpulan Data .....	26
F. Instrumen Penelitian .....	26
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	30
H. Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>36</b>
A. Hasil Penelitian .....	36
B. Pembahasan .....	58

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran .....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S Al-Baqarah (2) ayat 283 .....	11
--	----



## DAFTAR HADIS

Kutipan Hadis Shahih Bukhari.....	20
-----------------------------------	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah <i>Rahn</i> PT Pegadaian 2015-2019 .....	1
Tabel 2.1 Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional.....	20
Tabel 3.1 Devinisi Operasional Variabel ... ..	23
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	27
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	32
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia Responden .....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	48
Tabel 4.6 Uji Normalitas Data .....	49
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas .....	50
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas Glejser.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	57
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	58



## DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Kota Palopo .....	39
Gambar 4.1 Uji Heterokedastisitas .....	51



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 4 Surat Keputusan (SK)

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

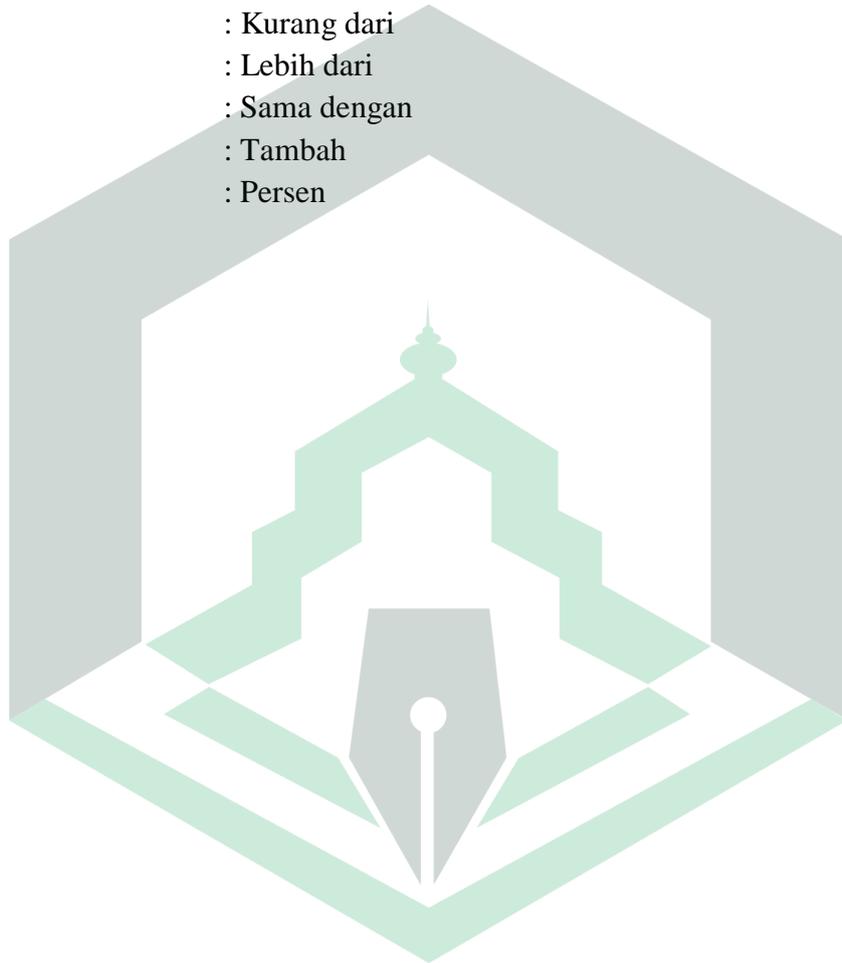
Lampiran 6 Hasil Verifikasi

Lampiran 7 Nota Dinas Verifikasi



## DAFTAR ISTILAH

SPSS	: <i>Statistical Package for Sosial Science</i>
Q.S	: Quran Surah
H <sub>0</sub>	: Hipotesis Nol
H <sub>1</sub>	: Hipotesis Satu
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
x	: Kali
<	: Kurang dari
>	: Lebih dari
=	: Sama dengan
+	: Tambah
%	: Persen



## ABSTRAK

**Verawati Permatasari, 2020.** “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Masyarakat menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ahmad Syarief Iskandar dan Mujahidin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan jasa pegadaian syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling* dengan penentuan sampel sebanyak 100 masyarakat yang menjadi nasabah di pegadaian syariah dengan teori yang dikemukakan oleh Lemeshow. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian angket/kuesioner kepada responden. Selanjutnya, teknik pengelolaan dan analisis data menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS 25. Adapun tahapan dalam teknik pengelolaan dan analisis data yaitu uji kualitas instrumen penelitian yaitu *uji validitas* dan *uji reliabilitas*. Selanjutnya, akan dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji *normalitas*, *multikolinearitas*, dan *heterokedastisitas*. Kemudian Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis uji regresi linear berganda. Hasil uji secara parsial pada variabel pengetahuan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,194 > 1,985$ ) dan signifikansi  $0,002 < 0,05$ , variabel lokasi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,723 > 1,985$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan variabel promosi nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,210 > 1,985$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , jadi variabel pengetahuan, lokasi, dan promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat. Sedangkan hasil pengujian secara simultan, nilai F hitung sebesar 36,661 dan F tabel sebesar 2,70. Karena nilai F hitung  $>$  dari F tabel dan besarnya signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka variabel independen (pengetahuan, lokasi dan promosi) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (minat masyarakat). Implikasi dalam penelitian ini yakni dapat menambah pengetahuan dan sumber informasi tentang pengaruh minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Minat Masyarakat.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Fungsi lembaga keuangan yaitu sebagai intermediasi yang menyalurkan dana kepada masyarakat. Kebiasaan masyarakat saat butuh dana dan barang-barang berharga mereka dijadikan sebagai jaminan kepada pemilik dana, tempat tujuan mereka adalah pegadaian, padahal sudah jelas pegadaian konvensional tidak menganut sistem syariah.<sup>1</sup> Pegadaian konvensional menggunakan sistem bunga.

Jumlah nasabah *Rahn* PT Pegadaian di Indonesia dapat dilihat berdasarkan laporan tahunan. Jumlah nasabah PT Pegadaian konvensional dan syariah di Indonesia mengalami perkembangan dari tahun 2015-2019 yang telah dirincikan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah *Rahn* PT Pegadaian 2015-2019

Tahun	Pegadaian konvensional	Pegadaian syariah
2015	6.543.899	823.980
2016	6.987.394	854.182
2017	7.695.949	850.182
2018	9.613.151	1.325.000
2019	9.851.807	1.378.436

*Sumber: Annual Report PT Pegadaian 2015-2019*

<sup>1</sup>Yusmi Yunus, *Pengaruh Promosi Pelayanan dan Ujroh terhadap Pemilihan Produk Gadai Emas pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo* (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017), 2.

Jumlah nasabah pegadaian syariah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Berdasarkan laporan tahunan pada tahun 2015-2019 prospek bisnis pegadaian syariah tetap mampu berjalan, pertumbuhan pegadaian syariah naik sebesar 4,03%, serta pegadaian konvensional mengalami pertumbuhan sebesar 2,48%.<sup>2</sup>

Semakin berkembangnya perekonomian yang meningkatkan kebutuhan ekonomi membuat lembaga keuangan syariah yang dulunya diragukan kini menjadi pilihan bagi masyarakat.<sup>3</sup> Pegadaian adalah sebuah instansi yang mengelolah dana yang meminjamkan uang dengan adanya barang sebagai jaminan. Adapun perusahaan hanya menerima jenis barang properti bergerak, emas, kendaraan, dan barang berharga lainnya yang memiliki nilai.<sup>4</sup> Ketentuan munculnya pegadaian syariah berdasarkan Fatwa MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn* jasa keuangan lembaga non-bank digunakan sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Sebagaimana dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 283.

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ

<sup>2</sup>Pegadaian, Laporan Kinerja Tahunan, <https://www.pegadaian.co.id/2020/12/10>.

<sup>3</sup>Zabila Difa, *Pengaruh Lelang Barang Jaminan Terhadap Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo* (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018), 1.

<sup>4</sup>Muhammad Hafiz Mauludi, M. Kholil Nawawi, Ikhwan Hamdani, “Pengaruh Penerapan Hukum Islam Terhadap Minat Pengguna Jasa Pegadaian Syariah” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1, No. 2 (Februari 02, 2019): 88, <http://ojs.staibhaktipersada-bandung.ac.id/19.2019.12.19>.

وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۚ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ رِءَاثِمٌ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Terjemahnya:

*Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang[180] (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.(QS. Al-Baqarah/2: 283).<sup>5</sup>*

Di Kota Palopo terdapat 6 unit pelayanan pegadaian yaitu Cabang Pelayanan Palopo Jl. Andi Kambo No. 43, CP Pasar Sentral Palopo Jl. Mangga No. 5, UPC Opsal Jl. Opu Tosappaile No. 78, UPC Pasar Wara Jl. Mannenngeng No. 39, UPC Ratulangi Jl. Imam Bonjol No. 77, dan UPS Luwu Jl. Andi Tadda. Dari 6 unit pelayanan pegadaian hanya terdapat 1 unit pelayanan yang berbasis syariah. Meskipun hanya terdapat 1 unit pelayanan syariah akan tetapi pegadaian syariah tetap menjadi pembiayaan bagi konsumen.<sup>6</sup>

Menurut Ratih Hurriyati pengetahuan adalah kumpulan informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen.<sup>7</sup> Pengetahuan merupakan faktor pendukung penting bagi seseorang untuk membuat pilihan tentang berbagai hal, termasuk

<sup>5</sup> Kementerian Agama RI, *Al- Quran dan Terjemahan* (Bandung: PT Madina, 2012), 49.

<sup>6</sup> Pegadaian, Pegadaian di Kota Palopo, <https://infoalamat.com/> 2020/12/10.

<sup>7</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), 85.

dalam membuat pilihan untuk menggunakan lembaga keuangan. Adapaun pengetahuan tiap individu dipengaruhi oleh pendidikan, informasi yang didapatkan, lingkungan tempat tinggal, serta pengalaman.

Dalam penelitian Lupiyoadi, lokasi merupakan lingkungan yang taktis dalam memberikan jasa terhadap para klien.<sup>8</sup> Lokasi memiliki peranan penting dalam melakukan usaha. Dalam pemilihan lokasi sebagai tempat usaha sebaiknya dekat dengan tempat berlalu lalang, dilalui oleh transportasi umum, dan ketersediaan lahan untuk parkir memadai. Nasabah condong memikirkan lokasi sebelum mengambil keputusan dalam menggunakan sebuah jasa. Sehingga pemilihan lokasi usaha sangat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi konsumen/nasabah.

Promosi sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumen, maka kegiatan promosi sangat penting untuk meningkatkan jumlah nasabah. Promosi merupakan fasilitas yang digunakan untuk menarik minat dan merekrut nasabah baru serta menjaga nasabah. Menurut Sangadji dan Sopiah, promosi merupakan upaya atau kegiatan yang dilakukan dalam menginformasikan produk serta mempengaruhi masyarakat.<sup>9</sup> Dengan adanya promosi keberadaan suatu produk mudah diketahui oleh masyarakat luas dan berkembang secara maksimal serta dapat meningkatkan angka penjualan. Pegadaian harus memiliki strategi yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat 2018), 80.

<sup>9</sup>Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), 18.

<sup>10</sup>Yusmi Yunus, *Pengaruh Promosi pelayanan dan Ujroh Terhadap Pemilihan Produk Gadai Emas Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017), 4.

Dalam khazanah fikhi praktek *rahn* yaitu jasa yang menawarkan pinjaman kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan adanya barang sebagai jaminan.<sup>11</sup> Adapun komponen yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu pengetahuan, lokasi, dan promosi. Dari ketiga variabel akan diturunkan indikator-indikator untuk menentukan peringkat yang paling mempengaruhi minat masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Banyaknya lembaga-lembaga penyedia jasa maupun pinjaman modal sehingga adanya kompetisi dalam pemberian jasa baik itu secara konvensional maupun syariah. Jika melihat jumlah pegadaian di Kota Palopo terdapat 6 cabang unit pelayanan pegadaian dan hanya satu cabang pegadaian yang berbasis syariah. Eksistensi pegadaian konvensional lebih awal diketahui keberadaannya oleh masyarakat umum jika dibandingkan dengan pegadaian yang berbasis syariah sehingga menyebabkan minimnya pemahaman masyarakat tentang pegadaian syariah tersebut. Oleh karena itu penulis berinisiatif melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka perumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah?

---

<sup>11</sup>Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, (Cet.I; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 63.

2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah?
4. Apakah pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah.

### **D. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian mampu menambah pengetahuan sehingga masyarakat berminat menggunakan jasa pegadaian syariah, mengakibatkan jumlah nasabah pegadaian syariah tiap tahunnya mengalami peningkatan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

1. Mukhlis Adib dari hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa kebutuhan konsumsi dan pengembangan usaha merupakan faktor pendorong masyarakat dalam memilih dan menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>1</sup> Persamaan penelitian ini menggunakan variabel lokasi dan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi dimana penelitian terdahulu mengambil lokasi di Ciputat sedangkan peneliti yang akan dilakukan mengambil lokasi di kota Palopo, serta variabel penelitian yang digunakan.
2. Nurul Fajri dalam hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa promosi, lokasi dan alasan syariah sangat berdampak terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.<sup>2</sup> Persamaan penelitian ini menggunakan variabel lokasi, promosi serta jenis penelitian kuantitatif. Adapun perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel yang akan peneliti teliti yaitu variabel pengetahuan. Penelitian terdahulu mengambil lokasi di Banda Aceh sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengambil lokasi di kota Palopo.
3. Lailah Maghfirah dan Ridwan Nurdin menyimpulkan bahwa variabel persetujuan pencairan pinjaman merupakan faktor utama berpengaruh

---

<sup>1</sup>Mukhlis Adib, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>2</sup>Nurul Fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2018).

paling kuat terhadap keputusan masyarakat menggunakan pegadaian syariah, dari data penelitian yang peneliti peroleh nasabah pada umumnya menggunakan produk gadai pada pegadaian syariah karena prosedur pencairan pinjaman yang sederhana. Selanjutnya diikuti variabel lokasi dimana kantor/cabang pegadaian syariah sebaiknya memiliki lokasi yang strategis dan agar memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Selanjutnya variabel promosi karena promosi dilakukan memperkenalkan produk yang dimiliki oleh pegadaian syariah serta dengan promosi diharapkan mampu meyakinkan nasabah untuk menggunakan produk gadai serta menjadi nasabah tetap di pegadaian syariah. Kemudian variabel alasan syariah karena nasabah menggunakan produk rahn pada pegadaian syariah untuk menghindari riba.<sup>3</sup>

Persamaan penelitian ini menggunakan variabel lokasi dan promosi serta jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Perbedaan penelitian ini terletak pada jumlah variabel yang diteliti serta lokasi dimana penelitian terdahulu mengambil lokasi di Banda Aceh sedangkan peneliti mengambil lokasi di kota Palopo. penelitian terdahulu difokuskan pada faktor promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi. Sedangkan peneliti berfokus pada variabel pengetahuan, promosi dan lokasi.

---

<sup>3</sup>Lailah Maghfirah dkk, "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*, 1, No.1 (Mei 2019): [www.jim.unsyiah.ac.id/2020.01.27](http://www.jim.unsyiah.ac.id/2020.01.27).

## B. Landasan Teori

### 1. Pengetahuan

#### a. Pengertian Pengetahuan

Menurut Ratih Hurriyati pengetahuan adalah kumpulan informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen.<sup>4</sup> Pengetahuan merupakan faktor pendukung seseorang dalam membuat pilihan tentang berbagai hal, termasuk pilihan untuk menggunakan lembaga keuangan.

#### b. Tingkatan Pengetahuan

Menurut Notoatmojo intensitas tingkat pengetahuan seseorang terhadap objek berbeda-beda. Disini akan dijelaskan 6 tingkatan, yaitu sebagai berikut:<sup>5</sup>

- 1) Tahu yaitu penarikan kembali (panggilan) dari ingatan atau pengalaman yang sudah ada setelah mengamati sesuatu. Dengan menggunakan beberapa pertanyaan adalah cara untuk mengukur bahwa seseorang tahu akan sesuatu.
- 2) Memahami yaitu mampu menafsirkan dengan benar tentang sesuatu yang menjadi objek.
- 3) Aplikasi yaitu mampu menerapkan suatu objek yang diketahui dalam kehidupan.
- 4) Analisis yaitu kemampuan mendeskripsikan dan menjelaskan serta memisahkan hubungan antar komponen yang diketahui.

---

<sup>4</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), 84.

<sup>5</sup>Notoatmojo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 128.

- 5) Sintesis yaitu membuat rangkuman dari pengetahuan yang dimiliki.
- 6) Evaluasi pengulangan kembali apa yang telah diketahui.

c. Pengetahuan Tentang Produk

Konsumen perlu mengetahui tentang karakteristik suatu produk, apabila konsumen kurang mengetahui informasi tentang produk tersebut bisa salah dalam pengambilan keputusan. Berikut akan dijelaskan tentang hal yang berkaitan dengan pengetahuan produk, yaitu sebagai berikut:<sup>6</sup>

1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Konsumen atau pelanggan akan melihat suatu produk berdasarkan karakter atau ciri. Seorang konsumen atau pelanggan memiliki kemampuan yang berbeda dengan seorang konsumen lainnya dalam menyebutkan karakter dan ciri dari produk-produk tersebut. Hal ini disebabkan karena pengetahuan yang dimiliki berbeda-beda setiap konsumen mengenai suatu produk dan disinilah peran penjual memberi informasi kepada konsumen mengenai produk yang akan dibeli.

2) Pengetahuan tentang manfaat produk

Konsumen seringkali berpikir mengenai manfaat yang akan ia rasakan jika mengkonsumsi dan menggunakan produk tersebut. Jadi pengetahuan tentang manfaat produk adalah penting bagi konsumen, karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya.

---

<sup>6</sup> Damiati, *Perilaku Konsumen* (Depok: Rajawali Pers, 2017), 82-90.

Oleh karena itu, instansi/lembaga perlu menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai apa manfaat dari produk tersebut.

### 3) Pengetahuan tentang kepuasan

Untuk mengetahui kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen yaitu dapat dirasakan jika produk tersebut telah digunakan dan dikonsumsi. Agar produk tersebut dapat memberikan kepuasan yang maksimal maka konsumen harus menggunakan produk tersebut dengan benar.

## 2. Lokasi

### a. Pengertian Lokasi

Lupiyoadi menyatakan lokasi adalah kawasan atau lingkungan suatu instansi beroperasi dan bertransaksi.<sup>7</sup> Menurut Tjiptono sebelum mendirikan perusahaan harus mempertimbangkan situasi dan lokasi yang akan digunakan karena lokasi sangat penting dalam upaya menarik konsumen. Adapun hal-hal yang harus dipertimbangkan sebelum penentuan lokasi, sebagai berikut:<sup>8</sup>

- 1) Jalan masuk, yaitu tempat perusahaan didirikan mudah terjangkau oleh transportasi baik itu transportasi umum maupun transportasi pribadi.
- 2) Visibilitas, keadaan atau tempat didirikannya kantor/perusahaan dari jarak jauh dapat terlihat jelas.
- 3) Memiliki halaman depan kantor yang memadai sehingga tempat parkir yang dimiliki juga luas.

---

<sup>7</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat 2009), 61.

<sup>8</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Bandung: Andi Offset, 2014), 159.

- 4) Lingkungan yang berada di sekitar yang dapat mendukung jasa yang ditawarkan.

b. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi yaitu sebagai berikut:<sup>9</sup>

- 1) Lingkungan dan ekologi
- 2) Kedekatan dengan pasar
- 3) Tersedianya tenaga kerja
- 4) Fasilitas dan biaya pengangkutan
- 5) Sumber daya alam lainnya seperti tersedianya cukup air, aliran listrik dan lain-lain.

c. Keuntungan Pemilihan Lokasi yang Tepat

Penentuan suatu lokasi harus tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan baik dari segi finansial maupun nonfinansial. Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat sebagai berikut:<sup>10</sup>

- 1) Pelayanan yang diberikan konsumen dapat lebih memuaskan
- 2) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja
- 3) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku
- 4) Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha
- 5) Memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dimasa yang akan datang

<sup>9</sup> Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 74.

<sup>10</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pres, 2017), 140-141.

- 6) Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.

Dalam hal ini lokasi merupakan pusat pengendalian dimana produk diperjualbelikan, lokasi pegadaian yang strategis memudahkan masyarakat. Dalam penentuan lokasi sangat penting karena berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk melakukan transaksi.<sup>11</sup>

### 3. Promosi

#### a. Pengertian Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong promosi adalah aktivitas yang dikerjakan dengan cara memberitahukan manfaat dan kelebihan dari suatu produk serta mengajak dan membujuk calon pembeli untuk menggunakan produk tersebut.<sup>12</sup>

Tujuan dari melakukan promosi adalah kegiatan mempengaruhi konsumen dengan cara memberikan informasi kepada publik mengenai suatu produk, manfaat serta keunggulan yang dimiliki produk tersebut sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan. Proses terjadinya promosi yaitu dengan cara masyarakat umum mendapatkan informasi tentang sebuah produk atau jasa lalu muncul rasa tertarik sehingga mendorong keinginan untuk memiliki.<sup>13</sup>

<sup>11</sup>Reski Amalia, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim di Kec. Bara Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah di Kota Palopo* (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2017), 22.

<sup>12</sup>Philip Kotler dan Gari Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2012), 76.

<sup>13</sup>Charles W. Lamb, Jr, *Pemasaran*, edisi I (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 6.

Masyarakat pada umumnya sebelum mengonsumsi suatu produk terlebih dahulu harus melewati tahap *AIDA*, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Attention*, produk yang dimiliki harus mempunyai keunggulan yang mampu menarik perhatian calon konsumen.
- 2) *Interest*, jika telah menarik perhatian calon konsumen, produk tersebut harus mampu membangkitkan minat beli.
- 3) *Desire*, yaitu keinginan untuk memiliki barang atau produk.
- 4) *Action*, merupakan tahap akhir setelah muncul keinginan menggunakan produk tersebut kemudian melakukan transaksi pembelian.

#### b. Bauran Promosi

Pada umumnya bauran promosi (*promotion mix*) terdiri dari:<sup>14</sup>

- 1) periklanan, iklan adalah media pendukung dari kegiatan promosi seperti menggunakan koran, majalah, TV dan smartphone.
- 2) promosi penjualan, merupakan melakukan kegiatan-kegiatan menawarkan produk kepada masyarakat agar jumlah penjualan meningkatkan.
- 3) publisitas, yaitu kegiatan yang dilakukan untuk membangun citra perusahaan kepada masyarakat umum seperti melakukan kegiatan sosial dan kegiatan sponsorship.

---

<sup>14</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 39.

- 4) penjualan personal, merupakan kegiatan penjualan secara pribadi atau perindividu yang menawarkan produk secara langsung kepada konsumen.<sup>15</sup>

Strategi promosi yaitu memperkenalkan produk suatu perusahaan yang ditawarkan melalui berbagai macam cara dengan memanfaatkan media yang ada. Akan tetapi dalam mempromosikan produk perusahaan/instansi harus mengutamakan kejujuran dan menjauhi segala bentuk penipuan.<sup>16</sup> Perusahaan harus mengatur strategi, menentukan dan memutuskan kegiatan promosi yang tepat untuk digunakan. Karena target pasar setiap produk itu berbeda-beda, oleh karena itu pendekatan promosi yang digunakan pun akan berbeda.<sup>17</sup>

#### 4. Minat

##### a. Pengertian Minat

Minat adalah rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Menurut Slameto, minat merupakan penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.<sup>18</sup> Minat adalah

<sup>15</sup>Sentot imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 134-135.

<sup>16</sup>Faridatun Sa'adah, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah" *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 1, No. 2 ( 2009): 75, <http://journal.uinjkt.ac.id/2019.12.20>.

<sup>17</sup>M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), 15.

<sup>18</sup> Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Pustaka Indonesia, 2010), 180.

kecenderungan, rasa tertarik dan merasa senang berkecimpung pada bidang-bidang tertentu. (W. S Winkel).<sup>19</sup>

#### b. Kriteria Minat

Menurut Augusty Ferdinand ada beberapa kriteria dari minat yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

- 1) Minat transaksi, yaitu melakukan transaksi dengan cara menggunakan sebuah jasa.
- 2) Minat Referensi, yaitu merekomendasikan pada yang lainnya agar mereka juga menggunakan.
- 3) Minat Preferensi, yaitu perilaku yang ditunjukkan terhadap sesuatu.
- 4) Minat Eksplorasi, yaitu mencari tahu informasi lebih mendalam tentang produk yang digunakan.

### 5. Masyarakat

#### a. Pengertian Masyarakat

Menurut Koentjaraningrat masyarakat yaitu kumpulan individu yang hidup terikat oleh suatu sistem adat-istiadat tertentu.<sup>21</sup> Kehidupan masyarakat dimana bagian-bagian yang ada didalamnya saling berhubungan antara sesama dan memiliki kesatuan yang terarah. Dalam sebuah

<sup>19</sup>W.S Winkel, *Psikologi Pengajaran* (Jakarta: PT Gramedia Widia SaranaIndonesia, 1983), 38.

<sup>20</sup>Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.

<sup>21</sup>Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: Reneka Cipta, 2009), 116.

masyarakat tiap individu memiliki peran yang berbeda-beda dan perbedaan itu pula yang menyatukan.<sup>22</sup>

b. Ciri-ciri Masyarakat

Cara yang baik untuk memahami masyarakat adalah dengan mengetahui karakteristik dasar masyarakat itu sendiri. Kumpulan individu yang hidup bersama saling berdampingan

- 1) Terjalannya interaksi antar sesama individu
- 2) Adanya satu kesatuan.

c. Unsur-unsur Pembentuk Masyarakat<sup>23</sup>

- 1) Lebih dari 2 orang
- 2) Memiliki satu kesatuan
- 3) Terjalannya komunikasi dan hubungan yang harmonis sehingga menghasilkan orang-orang baru.
- 4) Hidup bersama yang memunculkan budaya dan saling terkait sebagai anggota masyarakat.

## 6. Pegadaian Syariah

a. Pengertian Pegadaian

Gadai atau *ar-rahn* menurut etimologi artinya konstan, permanen, abadi melestarikan dan tidak berubah. Sedangkan menurut terminologi *ar-rahn*

<sup>22</sup>Bambang Tejokusumo, "Dinamika Masyarakat Sebagai Sumber Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial" *Jurnal Geodukasi*, III No. 1 (2014): 41, [jurnalnasional.ump.ac.id/2019.12.20](http://jurnalnasional.ump.ac.id/2019.12.20).

<sup>23</sup>Noviawaty, "Hubungan Antara Faktor Penduduk Setempat Terhadap Kecenderungan Preferensinya" *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 08 No. 15 (2010): 34, <https://ejournal.unsri.ac.id/2019.12.20>.

yaitu adanya barang yang dijadikan jaminan berupa harta.<sup>24</sup> Sedangkan dalam islam rahn adalah menahan suatu harta maupun benda sesuai dengan syariah dan dibenarkan serta barang yang dijadikan jaminan bisa dimiliki oleh pemilik sebelumnya jika pinjaman yang diambil telah dilunasi. Barang yang di jaminkan mempunyai nilai jual.<sup>25</sup>

Berdasarkan UU pasal 1150, gadai ialah pinjaman oleh individu dengan adanya harta sebagai jaminan dari utang yang diambil.<sup>26</sup> Tugas pokoknya yaitu memberikan dana dan kemudahan kepada masyarakat yang butuh dana cepat serta menghindari masyarakat dari lembaga keuangan informal yang cenderung memanfaatkan masyarakat dengan memberi pinjaman disertai suku bunga yang tinggi.<sup>27</sup>

Dasar hukum Rahn ialah hadits yang riwayat Aisyah ra., ia berkata:

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ اشْتَرَى  
طَعَامًا مِنْ يَهُرِّ دِيٍّ إِلَى أَجَلٍ وَرَهْنَهُ دِرْعًا مِنْ حَدِيدٍ ۖ

Artinya:

*“telah menceritakan kepada saya Al Aswad dari ‘Aisyah radiallahu ‘anha bahwa Nabi Shallallahu ‘alaihi wasallam pernah membeli makanan*

<sup>24</sup>Taufik Al Idrus, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Rahn di Cabang Pegadaian Syariah Ar Hakim Medan dengan Metode Borda* (Medan: Skripsi Universitas Sumatera Utara, 2018), 8-9.

<sup>25</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan syariah di indonesia*, Cetakan II (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), 168.

<sup>26</sup>Sigit Triandaru dan Totok Budisantoso, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Cetakan II (Jakarta: Salemba Empat, 2006), 212.

<sup>27</sup>Andi Tarlis, Wardatul Aini, Junaidi, “Hubungan Penerapan Tarif Jasa Simpan Gadai terhadap Kepuasan Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Langsa” *Jurnal Investasi Islam*, 4, No. 1 (November 15, 2019): 69, <https://www.journal.iainlangsa.ac.id/2019.12.20>.

*dari seorang Yahudi akan akan dibayar beliau pada waktu tertentu di kemudian hari dan beliau menjaminkannya (gadai) dengan baju besi.*”<sup>28</sup>

*Rahn* dalam pengertian hukum perdata adalah sama dengan gadai, tetapi dalam pengertian syariah (islam) terdapat hal-hal yang spesifik yang tidak terdapat pada pengertian gadai, yaitu sebagai berikut:<sup>29</sup>

- 1) *Rahn*, yaitu pemberian pinjaman berupa produk-produk yang dengan berlandaskan syariah.
- 2) *Rahin* atau nasabah, yaitu orang yang melakukan peminjaman dengan menyerahkan barang sebagai jaminan.
- 3) *Murtahin*, adalah pemilik dana yang memberikan pinjaman.
- 4) *Marhun* atau jaminan
- 5) *Sighat/ akad Akad*, adalah perjanjian.

b. Jenis produk Pegadaian<sup>30</sup>

- 1) Produk Pembiayaan
  - a) Pegadaian KCA (Kredit Cepat Aman)
  - b) KREASI
  - c) KRASIDA
  - d) Pegadaian Ar-Rahn (Gadai)
  - e) Pegadaian ARRUM
  - f) Pegadaian AMANAH

<sup>28</sup> Shahih Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja'fi, Kitab: Jual Beli (Birut-libanon: Darul Fikri, 1981 M), 8.

<sup>29</sup> Srijanti, purwanto, & Pramono Wahyudi. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, Edisi 2 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 1339-1341.

<sup>30</sup> Dian Ainun AL Ihlas, *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Kota Palopo)* (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2018), 40-43.

- g) Pegadaian Arrum haji
- h) MULIA
- i) Tabungan Emas
- 2) Produk non pembiayaan
  - a) Pegadaian G-lab
  - b) Pegadaian 24
  - c) Pegadaian MPO (*Multi Payment Online*)
- c. Syarat dan Rukun Gadai<sup>31</sup>
  - 1) Lafadz
  - 2) Orang yang melakukan transaksi gadai
  - 3) Barang jaminan
  - 4) Terjadi utang/piutang
- d. Perbedaan pegadaian syariah dan konvensional<sup>32</sup>

Tabel 2.1 Perbedaan Pegadaian Syariah dan Pegadaian Konvensional

<b>Pegadaian Syariah</b>	<b>Pegadaian Konvensional</b>
Berdasarkan peraturan Pemerintah Nomor 103 Tahun 2000 dan Hukum Agama Islam.	Berdasarkan peraturan Pemerintah Nomor 103 Tahun 2000.
Rahn dilakukan untuk memudahkan masyarakat yang membutuhkan dana atas dasar	Gadai disamping memberikan pinjaman kepada masyarakat juga mengambil keuntungan dengan cara memberlakukan

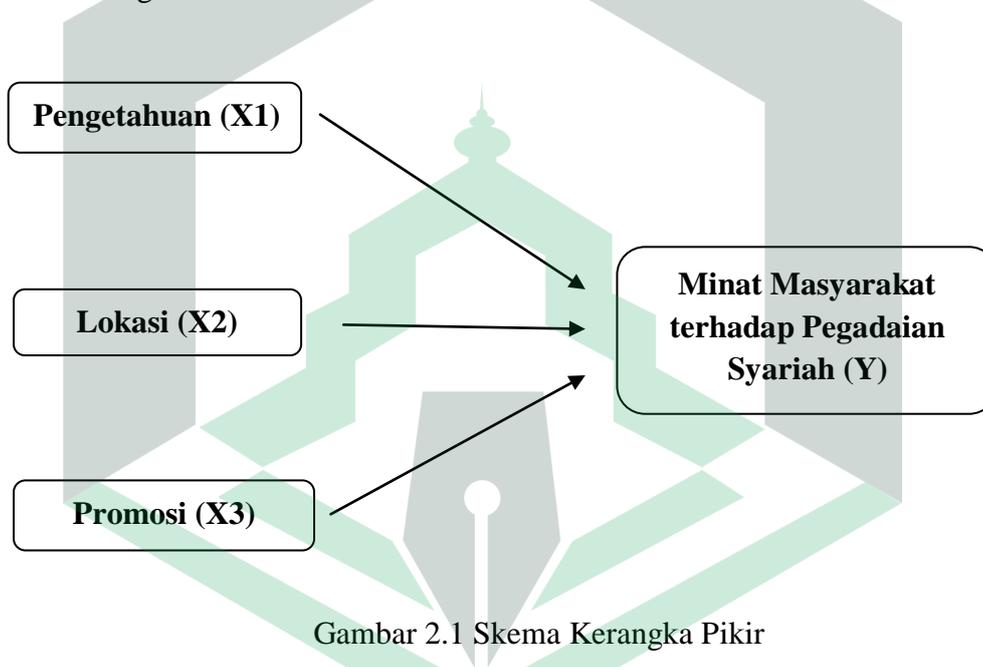
<sup>31</sup>Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, Cetakan I (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 71.

<sup>32</sup>Nurmalasari, *Preferensi Masyarakat Kota Palopo Terhadap Pegadaian Syariah* (Palopo: Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2013).

tolong menolong.	sistem bunga.
Gadai berlaku pada seluruh benda.	berlaku pada benda yang bergerak saja.
Tidak menggunakan sistem bunga	Ada istilah bunga.

### C. Kerangka Pikir

Skema pemikiran “*Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo*” adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir

Berdasarkan skema tersebut, dapat diketahui bahwa pengetahuan (X1), Lokasi (X2) dan Promosi (X3) apakah berpengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah dipengaruhi. Variabel bebas (independen) yaitu pengetahuan, promosi dan lokasi. Sedangkan variabel terikatnya (dependen) yaitu jasa Pegadaian Syariah.

#### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang dimaksud oleh peneliti apakah **Terdapat Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo**. Dari hipotesis ini maka peneliti mengajukan hipotesis operasional sebagai berikut.

1.  $H_0$ : Tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

$H_1$ : Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

2.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

$H_1$ : Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

3.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah

$H_1$ : Terdapat pengaruh promosi terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

4.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah

$H_1$ : Terdapat pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan dari teori, hipotesis, desain penelitian, proses memilih subjek, mengumpulkan data-data, memproses data, menganalisa data dan menuliskan kesimpulan.<sup>1</sup>

#### B. Lokasi & Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah Luwu Kota Palopo Sulawesi Selatan, yang menjadi nasabah dan menggunakan jasa pegadaian syariah waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret s/d Juni 2020.

#### C. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1	Pengetahuan	Pengetahuan ialah informasi yang diketahui seseorang melalui pengamatan akal.	a. Tahu b. Memahami c. Aplikasi <sup>2</sup>
2	Lokasi	Lokasi adalah tempat dimana perusahaan tersebut melakukan kegiatan-kegiatan transaksinya.	a. Akses b. visibilitas c. strategis d. keamanan <sup>3</sup>

<sup>1</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Alfabeta: Bandung, 2013), 35-36.

<sup>2</sup>Notoatmojo, *Metodologi Penelitian Kesehatan* (Jakarta:Rineka Cipta, 2010), 128.

<sup>3</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Bandung: Andi Offset, 2014), 159.

3	Promosi	Promosi merupakan kegiatan mengomunikasikan manfaat dari suatu produk dengan tujuan meningkatkan jumlah penjualan dengan cara mempengaruhi konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Periklanan</li> <li>b. promosi penjualan</li> <li>c. hubungan masyarakat</li> <li>d. penjualan perorangan<sup>4</sup></li> </ul>
4	Minat	minat adalah kecenderungan serta rasa tertarik pada sebuah objek.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. minat transaksional</li> <li>b. minat referensial</li> <li>c. minat eksploratif<sup>5</sup></li> </ul>

#### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi merupakan kumpulan atau komunitas orang dimana peneliti ingin memberikan pendapat (berdasarkan statistik sampel).<sup>6</sup> Populasi penelitian ini yaitu warga Kota Palopo yang menjadi nasabah di Pegadaian Syariah.

<sup>4</sup>Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 39.

<sup>5</sup>Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.

<sup>6</sup>Uma Sekaran dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6, Buku 2 (Jakarta: Salemba 4, 2017), 53.

Sampel yaitu komponen total populasi yang digunakan untuk penelitian.<sup>7</sup> Penulis dapat mengambil sampel dari populasi jika populasinya banyak karena peneliti mungkin tidak mempelajari seluruh populasi tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>8</sup> Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *convenience sampling* dimana pengambilan sampel berdasarkan kemudahan yang mengacu pada pengambilan data dan keterangan dari anggota populasi/nasabah yang bersedia memberikan informasi tersebut. Dalam penentuan jumlah sampel akan merujuk pada teori yang di kemukakan oleh Lemeshow yaitu:<sup>9</sup>

$$N = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z = nilai standar dari distribusi sesuai nilai 1,96

P = Proporsi jumlah masyarakat yang menggunakan jasa pegadaian syariah yaitu 7%

d = limit dari error

Berdasarkan rumus, maka  $n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 (1- 0,07)}{}$

<sup>7</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Cet. I (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 81.

<sup>8</sup> Sudarwan Damin. *Ilmu-Ilmu Perilaku*, (Cet. III; Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 84.

<sup>9</sup>Statistik, Menghitung Besar Sampel Penelitian, <https://www.statistikian.com/2020/12/02>.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,07 \cdot 0,93}{0,0025}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100 \text{ responden}$$

maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian adalah 100 responden.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian kuesioner/angket kepada responden. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang datang ke kantor Pegadaian Syariah dan melakukan kegiatan transaksi.

### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk menjawabnya. Angket/kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengisi pertanyaan atau pernyataan. Adapun skala pengukuran instrumen yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik dengan panduan berikut:

Kuesioner merupakan mengumpulkan data dengan mengisi pertanyaan/pernyataan mengacuh pada skala *likert*.<sup>10</sup> :

Sangat tidak setuju = Skor 1

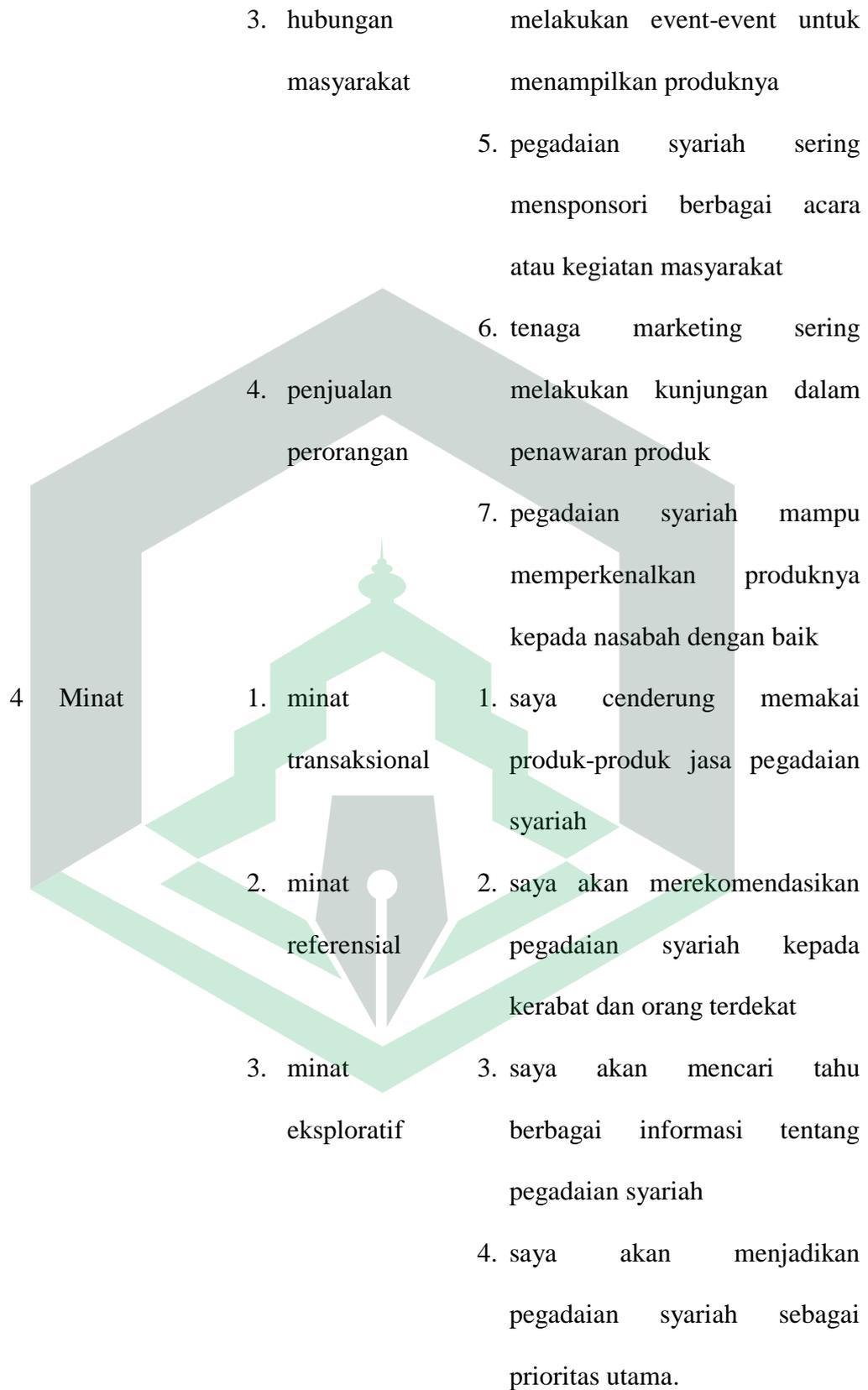
<sup>10</sup>Uma Sekaran, dan Roger Bogue, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6 (Jakarta: Salemba 4, 2017), 30.

Tidak setuju	= Skor 2
Tidak berpendapat	= Skor 3
Setuju	= Skor 4
Sangat setuju	= Skor 5

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1	Pengetahuan	1. Tahu	1. Mengetahui apa itu Pegadaian Syariah 2. Mengetahui syarat-syarat gadai 3. Mengetahui produk-produk pegadaian syariah 4. Mengetahui perbedaan pegadaian syariah dengan pegadaian konvensional 5. Pegadaian syariah telah sesuai ketentuan Al-Qur'an dan As-sunnah 6. Konsep pegadaian syariah dilakukan atas dasar tolong menolong
		2. Memahami	7. Pegadaian syariah tidak menggunakan sistem bunga
		3. Aplikasi	

		8. Produk yang dikeluarkan	
		pegadaian syariah dapat	
		memenuhi kebutuhan saya	
2	Lokasi	1. Akses	1. akses transportasi mudah menuju lokasi pegadaian syariah
		2. Visibilitas	2. memiliki kantor yang proporsional/memadai
		3. Strategis	3. pegadaian syariah lokasinya terlihat jelas
		4. Keamanan	4. pegadaian syariah dekat dengan pertokoan tempat orang berlalu lalang
		5. Keamanan	5. keamanan tempat penjualan/kantor terjamin
3	Promosi	1. promosi penjualan	1. adanya promosi tentang pegadaian syariah
		2. periklanan	2. iklan tentang pegadaian syariah menarik dan mudah dipahami
			3. pemajangan spanduk di tentang pegadaian syariah
			4. pegadaian syariah sering



## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Apabila pertanyaan yang diajukan pada kuesioner mampu mengungkap sahnya kuesioner maka kuesioner tersebut bisa dikatakan baik dan dapat digunakan. Standar validasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan standar validitas  $> 0,361$  sehingga jika pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  table maka butir pernyataan dianggap valid.<sup>11</sup> Standar validitas yaitu menggunakan standar kebenaran  $> 0,361$ .<sup>12</sup> Dalam penelitian ini Uji kebenaran dilakukan kepada 30 responden.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	$R_{Hitung}$	$R_{Tabel}$	Ket
1	Pengetahuan (X1)	1	0,781	0,361	Valid
		2	0,488	0,361	Valid
		3	0,783	0,361	Valid
		4	0,734	0,361	Valid
		5	0,858	0,361	Valid
		6	0,515	0,361	Valid
		7	0,724	0,361	Valid

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 121

<sup>12</sup>Riduwan, dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009), 53.

		8	0,608	0,361	Valid
2	Lokasi (X2)	1	0,699	0,361	Valid
		2	0,854	0,361	Valid
		3	0,803	0,361	Valid
		4	0,737	0,361	Valid
		5	0,659	0,361	Valid
3	Promosi (X3)	1	0,716	0,361	Valid
		2	0,747	0,361	Valid
		3	0,743	0,361	Valid
		4	0,746	0,361	Valid
		5	0,811	0,361	Valid
		6	0,746	0,361	Valid
		7	0,766	0,361	Valid
4	Minat (Y)	1	0,929	0,361	Valid
		2	0,891	0,361	Valid
		3	0,928	0,361	Valid
		4	0,810	0,361	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 25

### b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner penelitian. Kuesioner dapat dinyatakan *reliable* jika jawaban konsisten dari waktu ke waktu diatas ketentuan yang ditetapkan. Variabel dikatakan *reliable* apabila *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60.<sup>13</sup> Dalam melakukan perhitungan serta pengukuran aplikasi yang digunakan ialah aplikasi SPSS 25.<sup>14</sup>

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach'sAlpa	Ket
1	Pengetahuan (X1)	0,768	Reliabel
2	Lokasi (X2)	0,791	Reliabel
3	Promosi (X3)	0,783	Reliabel
4	Minat (Y)	0,838	Reliabel

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 25

### H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Teknik analisis data ini dilakukan pada data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner dan dapat digunakan untuk menganalisa data-data yang berbentuk angka dan perhitungan dengan menggunakan metode statistik. hasil dari daftar pertanyaan dengan memasukkan/menjadikan angka dan melakukan perhitungan statistik. Sebelum

<sup>13</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 87.

<sup>14</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kulaitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 121.

mengolah data sebaiknya dibagi berdasar kelompok dan kategori tertentu dibantu dengan tabel supaya mempermudah proses menganalisis data yang diperoleh.

## 1. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melalui uji parsial (*uji t*) dengan menghasilkan distribusi normal atau tidak yang terdapat dalam penelitian.<sup>15</sup> Penelitian ini menggunakan *Uji Kolmogorov-Smirnov*.

### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model yang ada didalam regresi ditemukan adanya gejala/hubungan antar variabel bebas..

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui model regresi antar variabel yang tidak serupa.<sup>16</sup>

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel pengetahuan (X1), lokasi (X2), promosi (X3) secara

<sup>15</sup>Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan pendekatan Statistika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 163.

<sup>16</sup>Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (Yogyakarta: ANDI), 97.

persial maupun simultan terhadap minat masyarakat (Y). Secara umum persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Ket:

Y = Minat Masyarakat

X<sub>1</sub> = Pengetahuan

X<sub>2</sub> = Lokasi

X<sub>3</sub> = Promosi

$\alpha$  = Konstanta

b<sub>1,2,3</sub> = Koefisien Regresi

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial (uji t) untuk mengetahui masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika hasil uji  $T_{hitung}$  lebih besar daripada  $T_{tabel}$  atau ( $T_{hitung} > T_{tabel}$ ) maka dapat dipastikan terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika hasil uji  $T_{hitung}$  lebih kecil daripada  $T_{tabel}$  atau ( $T_{hitung} < T_{tabel}$ ) maka tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat. Adapun tingkat kesalahan variabel 5% dan tingkat keyakinan 95%. Sekiranya taraf kesalahan suatu variabel < 5% atau 0,05 maka variabel tersebut dinyatakan signifikan.

#### b. Uji signifikan simultan (Uji-F)

Uji-F dilakukan untuk mengetahui kedua variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama. Dengan cara melihat apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima yaitu terdapat pengaruh antar variabel dan apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh antar variabel.

c. Koefisien Determinasi (Uji- $R^2$ )

Uji koefisien determinasi (Uji- $R^2$ ) ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perubahan/variasi variabel independen.<sup>17</sup> Nilai R Square ( $R^2$ ) memperlihatkan koefisien determinasi yang mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.<sup>18</sup>



---

<sup>17</sup>Purbayu Budi Santosadan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Edisi I (Yogyakarta: ANDI, 2007), 144.

<sup>18</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi III (Semarang: Badan Penerbit Universitas Ponegoro, 2005), 44.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Lokasi Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Histori munculnya pegadaian dimulai dengan Bank Van Leening didirikan oleh VOC yang memiliki fungsi sebagai parlemen perhimpunan yang menyediakan dana yang disebut dengan gadai serta memberlakukan sistem bunga. Setelah sekitar 65 tahun lembaga tersebut diambil alih oleh pemerintahan Inggris lalu membubarkan lembaga tersebut dengan kebijakan memberikan masyarakat kebebasan dan peluang merintis usaha pegadaian. Dan pada tahun 1901 tepatnya pada tanggal 1 April pegadaian didirikan di Sukabumi, Jawa Barat.

Tatanan hukum pegadaian mengalami perubahan sebanyak empat kali yang awalnya JAWATAN ke PN lalu diubah ke PERJAN diubah lagi menjadi PERUM dan akhirnya di tahun 2012 ditetapkan menjadi PERSERO. Adapun sasaran pegadaian yaitu memberi kesejahteraan bagi rakyat kecil dengan cara meminimalisir praktek pinjaman lintah darat yang diluar dari kewajaran sehingga tidak ada lagi rakyat yang terjerat oleh tipu daya rentenir. Di Jakarta tepatnya tahun 2003 pegadaian syariah muncul bernama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) dengan kantor Cabang Dewi Sartika.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>[www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id)

Palopo adalah kota yang letaknya 390 km dari kota Makassar, ibu kota dari provinsi Sulawesi Selatan. Dimana memiliki luas 247.52 km<sup>2</sup>. Pada mulanya kota Palopo merupakan ibukota dari kabupaten Luwu namun dengan lahirnya perundang-undangan yang baru No 11 Tahun 2002 kini Palopo resmi menjadi wilayah administratif. Kota Palopo memiliki 9 kecamatan serta 48 kelurahan.<sup>2</sup>

Sedangkan munculnya Pegadaian Syariah yang ada di Kota Palopo berkisar sekitar 10 tahunan sejak tahun 2010 didirikannya. Sejak saat itu lembaga tersebut menjalankan tugasnya. Yaitu, memberi kemudahan pada rakyat kecil yang ingin menggunakan dana dengan membawa barang sebagai jaminan dimana prosedur yang diterapkan telah sesuai dengan hukum syariah.<sup>3</sup>

Di Kota Palopo terdapat 6 unit pelayanan pegadaian yaitu Cabang Pelayanan Palopo Jl. Andi Kambo No. 43, Cabang Pelayanan Pasar Sentral Palopo Jl. Mangga No. 5, Unit Pelayanan Cabang Opsal Jl. Opu Tosappaile No. 78, Unit Pelayanan Cabang Pasar Wara Jl. Mannennungeng No. 39, Unit Pelayanan Cabang Ratulangi Jl. Imam Bonjol No. 77, dan Unit Pelayanan Syariah Luwu Jl. Andi Tadda. Dari 6 unit pelayanan pegadaian hanya terdapat 1 unit pelayanan yang berbasis syariah. Meskipun hanya terdapat 1 unit pelayanan syariah akan tetapi pegadaian syariah tetap menjadi pembiayaan bagi konsumen.<sup>4</sup>

Seiring tahun berganti perusahaan tersebut menjalankan aktivitasnya serta aset yang didapitkan semakin bertambah. Dan diikuti dengan

---

<sup>2</sup>Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palopo

<sup>4</sup> Pegadaian, Pegadaian di Kota Palopo, <https://infoalamat.com/> 2020/12/10.

memunculkan berbagai macam produk baru yang memudahkan masyarakat dan bebas memilih produk apa yang akan digunakan. Akan tetapi seiring Pegadaian Syariah juga harus melakukan peningkatan kinerja karyawan agar lebih profesional dalam memberikan layanan, serta meluaskan promosi yang dilakukannya agar masyarakat luas tahu keberadaannya.

#### b. Visi dan Misi

##### 1) Visi

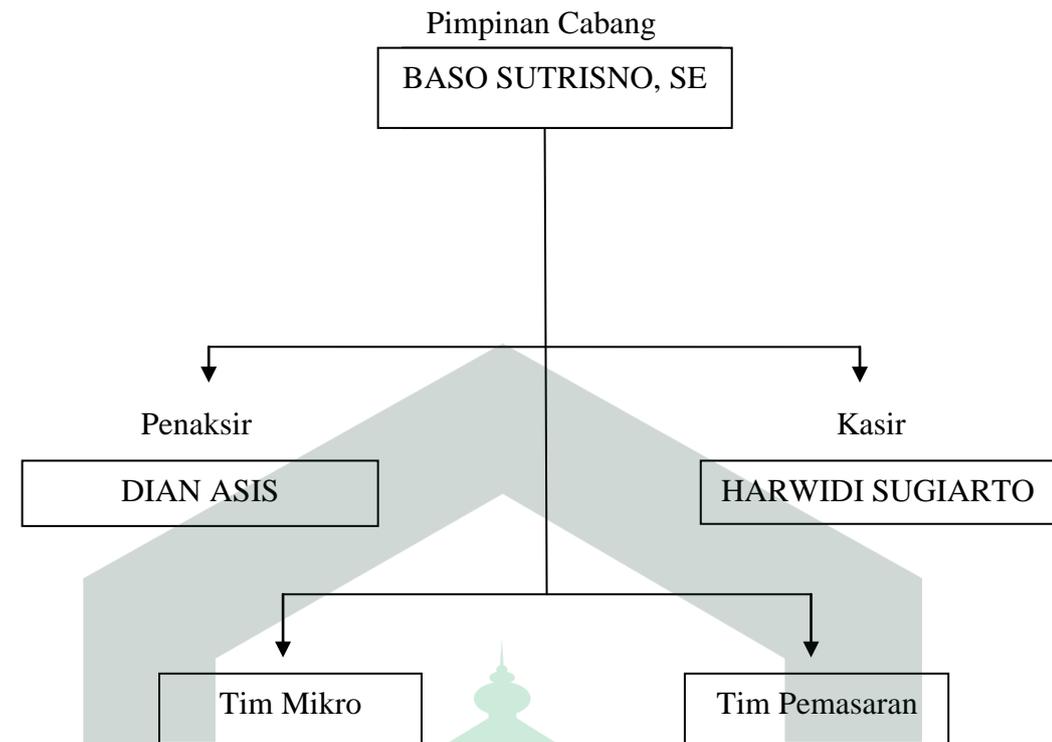
Menjadi pemecah dan jalan keluar bagi masyarakat menengah kebawah yang butuh dana dengan menggunakan jasa gadai.

##### 2) Misi

- a) Memajukan perkembangan perekonomian dengan memberikan pembiayaan aman serta mudah masyarakat menengah.
- b) Pemerataan pelayanan dan prasarana pada seluruh cabang demi mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya.
- c) Turut andil mendukung Pemerintah meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah

Adapun bentuk susunan lembaga Pegadaian Syariah Luwu Kota Palopo.



Sumber Pegadaian Syariah Kota Palopo

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Syariah Kota Palopo

#### d. Produk-Produk Pegadaian Syariah

Seiring perkembangan produk pegadaian syariah semakin bervariasi dan tentunya dijalankan sesuai dengan prinsip syariah. Berikut ini akan dijelaskan mengenai produk tersebut, yaitu:

##### 1) AMANAH

Adalah pembiayaan yang di distribusikan khusus pada karyawan yang bekerja pada suatu instansi dan perusahaan. Pengelolaan dana dilakukan dengan cara angsuran.

Syarat tunjangan:

- a) karyawan
- b) fotokopi KTP
- c) fotokopi Kartu Keluarga
- d) membayar uang
- e) memiliki tempat tinggal
- f) memiliki jenis usaha

## 2) RAHN

RAHN merupakan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan dana dengan cepat berdasarkan prinsip syariah. Adapun mengenai pencairan dana tidak membutuhkan waktu yang sangat lama. Pencairan akan dilakukan setelah barang yang dijadikan sebagai jaminan ditaksir oleh petugas.

Syarat pinjaman:

- a) fotokopi KTP
- b) memiliki barang sebagai jaminan
- c) membawa BPKB dan STNK asli

## 3) ARRUM BPKB

Pembiayaan ini merupakan pinjaman yang dilakukan dengan cara menggunakan BPKB kendaraan sebagai jaminan atas pinjaman yang diambil.

Syarat pinjaman:

- a) memiliki usaha
- b) fotocopi KTP

- c) fotokopi Kartu Keluarga
- d) fotokopi STNK
- e) memiliki BPKB asli

#### 4) ARRUM HAJI

Yaitu pembiayaan yang berupa pinjaman dalam bentuk tabungan haji. Dengan menjaminkan 3,5 gr emas akan memperoleh pinjaman dalam bentuk tabungan haji senilai Rp. 25.000.000 yang dapat digunakan untuk mendapatkan porsi haji.

##### Persyaratan

- a) fotokopi KTP
- b) fotokopi KK
- c) pas foto 3x4 latar putih
- d) fotokopi buku nikah
- e) fotokopi akte kelahiran
- f) jaminan emas batangan senilai 3,5 atau emas perhiasan berkadar minimal 70% senilai 7gr

#### 5) RAHN TASJILY

Pembiayaan rahn tasjily tanah adalah pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap seperti petani, pengusaha, karyawan, profesional dan pensiunan dengan jaminan sertifikat tanah dan bangunan.

Syarat pinjaman:

- a) fotokoi KTP
- b) fotokopi Kartu Keluarga
- c) fotokopi Buku Nikah
- d) fotokopi PBB
- e) fotokopi IMB (pinjaman > 50 juta)
- f) asli sertifikat (SHM/SHGB)
- g) surat Keterangan Usaha/kerja

#### 6) LOGAM MULIA

Logam Mulia yaitu penyediaan dan jaul beli emas batang pada masyarakat umum yang dilakukan secara tunai atau menyicil.

Syarat pinjaman:

- a) fotokopi KTP
- b) mengisi data
- c) agunan minimal 20%
- d) menyetujui akad

#### 7) TABUNGAN EMAS

Yaitu jasa yang melakukan transaksi penjualan maupun pembelian emas dengan cara titipan.

Keunggulan:

- a) mudah, dilayani diseluruh outlet pegadaian, agen pegadaian serta aplikasi, pegadaian digital, pembelian emas mulai dari 0,01 Gr.
- b) murah; harga beli mulai dari Rp. 7.000-an

- c) aman; telah bekerjasama dengan OJK, transparan dalam pengelolaan dan tahan terhadap inflasi.

Proses pembukaan rekening melalui outlet:

- a) mengisi formulir pengajuan dan membawa KTP
- b) membayar biaya administrasi , pengelolaan rekening dan materai
- c) membeli emas mulai dari 0,01 Gr
- d) menandatangani buku rekening

Melalui pegadaian syariah digital:

- a) download aplikasi pegadaian syariah digital melalui playstore/appstore
- b) lakukan registrasi
- c) pilih menu tabungan emas
- d) input data diri pilih cabang lokasi pembukaan rekening
- e) pilih metode pembayaran dan lakukan pembayaran sesuai petunjuk
- f) rekening telah aktif, buku tabungan dapat diambil di cabang pendaftaran.

## 2. Dekripsi Data Responden

### a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan jasa pegadaian syariah. Ada 100 sampel responden yang menjadi nasabah dan melakukan transaksi di pegadaian syariah yang ditemui pada saat penelitian sedang berlangsung.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
		Orang	Presentase (%)
1	Laki-Laki	23	23
2	Perempuan	77	77
	TOTAL	100	100

Sumber :Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yakni 77 orang atau sebesar 77%, dan responden yang berjenis kelamin laki-laki yakni 23 orang atau sebanyak 23%.

b. Umur/Usia Responden

Adapun karakteristik responden Pegadaian Syariah Palopo berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur/Usia

No	Umur/Usia	Tanggapan Responden	
		Orang	Presentase (%)
1	< 21 Tahun	8	8
2	21-30 Tahun	39	39
3	31-40 Tahun	30	30
4	41-50 Tahun	23	23

TOTAL	100	100
-------	-----	-----

*Sumber :Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan umur/usia, maka jumlah responden terbesar adalah responden berumur 21-30 tahun yakni 39 orang atau 39%, responden yang berumur < 21 tahun yakni 8 orang atau 8%, responden yang berumur 31-40 tahun yakni 30 orang atau 30%, dan responden yang berumur 41-50 tahun yakni 23 orang atau 23%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa yang menjadi nasabah di pegadaian syariah didominasi oleh responden yang berumur 21-30 tahun.

#### c. Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan hasil data primer mengenai karakteristik responden pegadaian syariah berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Tanggapan Responden	
		Orang	Presentase (%)
1	SD	8	8
2	SMP/MTs	12	12
3	SMA/SMK/MAN	52	52
4	Diploma	4	4
5	S1	24	24
	TOTAL	100	100

*Sumber :Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan pendidikan terakhir, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang berpendidikan SMA yakni 52 orang atau sebesar 52%, responden yang berpendidikan SD yakni 8 orang atau sebanyak 8%, responden yang berpendidikan SMP yakni 12 orang atau sebesar 12%, responden yang berpendidikan Diploma 4 orang atau sebesar 4%, dan responden yang berpendidikan S1 yakni 24 orang atau sebesar 24%, Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah didominasi responden yang berpendidikan terakhir SMA.

#### d. Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil data primer mengenai karakteristik responden pegadaian syariah berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Orang	Presentase (%)
1	Asisten Apoteker	1	1
2	Buruh	1	1
3	Deplover	1	1
4	Honorer	6	6
5	IRT	44	44
6	Karyawan Swasta	4	4
7	Kolektor	1	1

8	Mahasiswa	13	13
9	Nelayan	1	1
10	PNS	10	10
11	Wiraswasta	17	17
12	Wirausaha	1	1
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

*Sumber :Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka jumlah responden terbesar adalah responden sebagai IRT yakni 44 orang atau sebesar 44%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta yakni 17 orang atau sebesar 17%, responden yang berstatus mahasiswa yakni 13 orang atau sebesar 13%, responden yang bekerja sebagai honorer yakni 6 orang sebesar 6%, responden yang bekerja sebagai PNS 10 orang atau sebesar 10%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta 4 orang atau sebesar 4%, responden yang bekerja sebagai asisten apoteker, buruh, deplover, kolektor, nelayan, wirausaha masing-masing sebanyak 1 orang atau masing-masing sebesar 1%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah didominasi responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT).

#### e. Pendapatan Responden

Adapun karakteristik responden pegadaian syariah berdasarkan pendapatan perbulan dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan	Tanggapan Responden	
		Orang	Presentase (%)
1	< Rp. 500.000,-	8	8
2	Rp. 600.000,- s/d Rp. 1.000.000,-	18	18
3	Rp. 1.100.000,- s/d Rp. 2.500.000,-	33	33
4	Rp. 2.600.000,- s/d Rp. 3.000.000,-	22	22
5	> Rp. 3.600.000,-	19	19
	TOTAL	100	100

*Sumber :Data primer yang diolah, 2020*

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan perbulan, maka jumlah responden terbesar adalah responden yang pendapatan Rp. 1.100.000,- s/d Rp. 2.500.000,- yakni 33 orang atau sebesar 33%, responden yang pendapatan perbulan < Rp. 500.000,- yakni 8 orang atau sebesar 8%, responden yang pendapatan perbulan Rp. 600.000,- s/d Rp. 1.000.000,- yakni 18 orang atau sebesar 18%, responden yang pendapatan perbulan Rp. 2.600.000,- s/d Rp. 3.000.000,- yakni 22 orang atau sebesar 22 %, dan responden yang pendapatan perbulan >Rp. 3.600.000,- yakni 17 orang atau sebesar 17%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah pegadaian syariah didominasi oleh responden yang pendapatan Rp. 1.100.000,- s/d Rp. 2.500.000.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui taraf substansial antara variabel bebas dan variabel terikat. Apakah hasil data yang diperoleh pada penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini Residual dikatakan normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut.

Tabel 4.6 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63203395
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.075
	Negative	-.074
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,180 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau  $0,180 > 0,05$

0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas data pada penelitian ini terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam pengujian model regresi terdapat korelasi. Multikolinieritas adalah hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi berganda. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan analisis perhitungan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Dengan nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10. Adapun hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas

		Unstandardized		Standardized		Collinearity		
Model		Coefficients		Coefficients		T	Sig.	Statistics
		B	Std. Error	Beta			Tolera	VIF
1	(Constant)	-,339	1,712		-,198	,843		
	PENGETAHUAN(X1)	,165	,052	,259	3,194	,002	,737	1,357
	LOKASI(X2)	,282	,076	,298	3,723	,000	,756	1,323
	PROMOSI(X3)	,205	,049	,360	4,210	,000	,666	1,503

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT(Y)

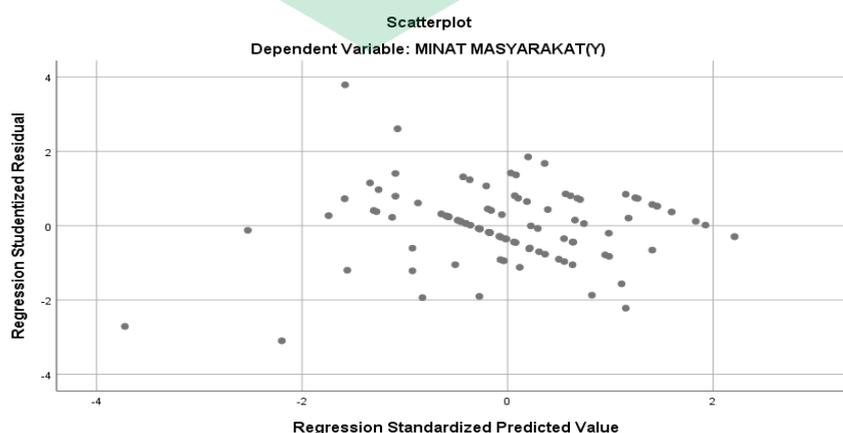
Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 1,357, variabel Lokasi (X2) sebesar 1,323 dan variabel Promosi (X3) sebesar 1,503 lebih kecil dari pada 10 atau  $1,357 < 10$ ,  $1,323 < 10$  dan  $1,503 < 10$ . Nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,737, variabel Lokasi (X2) sebesar 0,756 dan variabel Promosi (X3) sebesar 0,666 lebih besar dari 0,10 atau  $0,737 > 0,10$ ,  $0,756 > 0,10$  dan  $0,666 > 0,10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen.

#### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Data yang baik pada penelitian adalah data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *scatterplot*. Adapun hasil uji heterokedastisitas yaitu sebagai berikut.

Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas



Hasil *output scatterplot* di atas yaitu:

- Titik-titik data menyebar di atas/bawah angka nol
- Titik-titik tidak mengumpul ada satu tempat
- Penyebaran titik-titik tidak membentuk sebuah pola.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot* dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,954	1,075		3,676	,000
Pengetahuan	-,083	,032	-,282	-2,570	,012
Lokasi	,067	,048	,152	1,409	,162
Promosi	-,059	,031	-,222	-1,922	,058

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Hasil output heterokedastisitas menggunakan metode Glejser, yaitu sebagai berikut:

- Variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi  $0,12 > 0,05$
- Variabel lokasi memiliki nilai signifikansi  $0,62 > 0,05$
- Variabel promosi memiliki nilai signifikansi  $0,58 > 0,05$

Jika nilai signifikansi (sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

#### 4. Analisis Uji Regresi Linear Berganda

Analisis uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah. Selain itu, juga untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (dependen) terhadap variabel terikat (independen).

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
Model						
1	(Constant)	-,339	1,712		-,198	,843
	PENGETAHUAN(X1)	,165	,052	,259	3,194	,002
	LOKASI(X2)	,282	,076	,298	3,723	,000
	PROMOSI(X3)	,205	,049	,360	4,210	,000

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT(Y)

Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien variabel pengetahuan ( $X_1$ ) = 0,165, lokasi ( $X_2$ ) = 0,282, promosi ( $X_3$ ) = 0,205 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -0,339 + 0,165 X_1 + 0,282 X_2 + 0,205 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Masyarakat menggunakan Jasa Pegadaian Syariah

$X_1$  = Pengetahuan

$X_2$ = Lokasi

$X_3$ = Promosi

$\alpha$  = Konstanta

$b_{1,2,3}$  = Koefisien Regresi

Dari persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa:

- a) Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar -0,339, artinya nilai minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah sebelum dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, lokasi dan promosi adalah sebesar -339.
- b)  $b_1$ = regresi 0,165 artinya apabila tanggapan responden atas pengetahuan bertambah sebesar satu satuan, maka minat masyarakat pun akan meningkat sebesar 0,165.
- c)  $b_2 = 0,282$ , yang berarti apabila tanggapan responden terhadap lokasi positif, maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,282.
- d)  $b_3 = 0,205$ , yang berarti jika tanggapan responden positif atas promosi, maka akan meningkatkan minat masyarakat sebesar 0,205.

## 5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel (bebas/terikat) serta diterima atau tidaknya hipotesis tersebut.

- a) Uji t (Uji Parsial):

uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Kriteria uji parsial (uji t) jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  untuk derajat bebas (df) =  $n-k-1$  adalah  $100-3-1 = 96$ . Berdasarkan tabel

distribusi “t” diperoleh  $t_{0,025,96} = 1,985$ . Selain  $t_{hitung}$  dapat menggunakan signifikan penelitian  $< 0,05$ .

Tabel 4.10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	-,339	1,712		-,198	,843
PENGETAHUAN(X1)	,165	,052	,259	3,194	,002
LOKASI(X2)	,282	,076	,298	3,723	,000
PROMOSI(X3)	,205	,049	,360	4,210	,000

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT(Y)

Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan tabel hasil uji parsial diatas diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,194 yang artinya nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,194 > 1,985$ ) dengan signifikansi 0,002 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,002 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan terhadap Minat Masyarakat.

2) Pengaruh lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai diperoleh nilai  $t_{hitung}$  3,723 yang artinya nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,723 > 1,985$ ) dengan signifikansi 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap Minat Masyarakat.

3) Pengaruh promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai diperoleh nilai  $t_{hitung}$  4,210 yang artinya nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,210 > 1,985$ ) dengan signifikansi 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap Minat Masyarakat.

b) Uji F (Uji Simultan)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel X dan Y secara simultan berpengaruh.

Tabel 4.11 Hasil Uji F (Uji Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	302,100	3	100,700	36,661	,000 <sup>b</sup>
Residual	263,690	96	2,747		
Total	565,790	99			

a. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT(Y)

b. Predictors: (Constant), PROMOSI(X3), LOKASI(X2), PENGETAHUAN(X1)

Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan hasil uji ANOVA diatas menghasilkan F hitung sebesar 36,661 dan F tabel sebesar 2,70 yang diperoleh dari  $F(k; n-k) = F(3; 100-3) = F(3; 97)$ , karena nilai F hitung > dari F tabel ( $36,661 > 2,70$ ) dan besarnya sig  $0,000 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yang digunakan yaitu *R Square*.

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the	
				Estimate	Durbin-Watson
1	,731 <sup>a</sup>	,534	,519	1,657	2,173

a. Predictors: (Constant), PROMOSI(X3), LOKASI(X2), PENGETAHUAN(X1)

b. Dependent Variable: MINAT MASYARAKAT(Y)

Sumber : *Output SPSS yang diolah*

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,534, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 53,4%.

**B. Pembahasan**

Penelitian ini akan membahas tentang bagaimana pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Masyarakat dalam menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo. Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang memiliki jumlah 100 sampel. Lalu data yang didapatkan akan di analisis menggunakan bantuan alikasi SPSS 25 agar mempermudah peneliti mengelola data penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian yaitu diantaranya adalah Uji Asumsi Klsik yang terdiri dari yaitu Uji Normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov*, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode

*Scatterplot*. Selanjutnya menggunakan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji t), Uji F (Uji Simultan) serta Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil analisis uji asumsi klasik yang telah dilakukan dengan beberapa tahap pengujian menunjukkan hasil sebagai berikut.

1. Uji Normalitas Data menunjukkan bahwa hasil uji dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,180 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau  $0,180 > 0,05$ . Maka kesimpulan yang diperoleh uji normalitas data dalam penelitian ini berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas Data variabel Pengetahuan (X1) sebesar 1,357, variabel Lokasi (X2) sebesar 1,323 dan variabel Promosi (X3) sebesar 1,503 lebih kecil dari pada 10 atau  $1,357 < 10$ ,  $1,323 < 10$  dan  $1,503 < 10$ . Sedangkan nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,737, variabel Lokasi (X2) sebesar 0,756 dan variabel Promosi (X3) sebesar 0,666 lebih besar dari 0,10 atau  $0,737 > 0,10$ ,  $0,756 > 0,10$  dan  $0,666 > 0,10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen.
3. Uji Heterokedastisitas Data mengungkapkan bahwa berdasarkan *output scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar di atas/bawah angka nol, titik-titik tidak mengumpul pada satu tempat, serta penyebaran titik-titik data tidak membentuk sebuah pola. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot* maka disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Sedangkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan Uji Parsial (Uji t), Uji F (Uji Simultan) serta Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Pengetahuan (X1), Lokasi (X2) dan Promosi terhadap variabel Minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) di Kota Palopo, dengan hasil penelitian sebagai berikut.

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah di kota Palopo

Berdasarkan uji parsial (uji t) jika dilihat dari  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan dimana jika nilai  $sig < 0,05$  ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima) maka variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,002 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,00 < 0,05$  dan jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,194 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 atau  $3,194 > t_{tabel} 1,985$ . Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah yang menyatakan bahwa pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung yaitu dengan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} 5,123 > 1,660$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa

faktor pengetahuan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat.<sup>5</sup>

Pengetahuan masyarakat dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk yang dimiliki, bagi suatu perusahaan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat mengenai produk-produk yang dimiliki, maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat mendorong minat mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.<sup>6</sup>

Penelitian ini sejalan dengan teori Ratih Hurriyati yang menyatakan bahwa pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen serta sebagai faktor pendukung seseorang dalam membuat pilihan, termasuk pilihan untuk menggunakan lembaga keuangan.<sup>7</sup>

## 2. Pengaruh Lokasi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah di kota Palopo

Berdasarkan uji parsial (uji t) pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Lokasi (X<sub>2</sub>) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 0,000 < 0,05 dan jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,723 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 atau  $3,723 > 1,985$ , dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$

<sup>5</sup> Maskur Rosyid dan Halimatu Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru," *Jurnal Islaminomic* 7, no. 2 (Agustus 2016): 42-43, <http://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as-sdt=0%2C5&q=pengaruh+pengetahuan+terhadap+minat+btnG=#d=gs-qabs&u=%23p%3Dn4GWUQq5mjQ>.

<sup>6</sup> Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ekono Islam i*, no 02(30 Juli 2018): <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.

<sup>7</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), 84.

ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti bahwa Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Mukhlis Adib (2014) yang membuktikan jika lokasi memiliki pengaruh penting terhadap minat masyarakat memilih jasa pegadaian syariah. Dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka hipotesis yang diajukan diterima. Yaitu aspek lokasi mempunyai hubungan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih produk rahn di pegadaian.<sup>8</sup>

Penelitian ini berdasarkan teori Tjiptono yang menyatakan bahwa sebelum mendirikan perusahaan harus mempertimbangkan situasi dan lokasi yang akan digunakan. Karena lokasi tersebut sangat penting dalam upaya menarik konsumen.<sup>9</sup> Kantor pegadaian syariah di Kota Palopo cukup strategis lingkungannya juga mendukung serta berada pada pusat keramaian dekat dengan pasar memudahkan warga melihat kantor tersebut.

### 3. Pengaruh Promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah di kota Palopo

Berdasarkan tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Promosi (X3) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan jika dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,210 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 atau  $4,210 > 1,985$ , dengan demikian menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

<sup>8</sup> Mukhlis Adib, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

<sup>9</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Bandung: Andi Offset, 2014), 159.

Hal ini berarti bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fajri (2018) yang menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah dengan diperoleh nilai  $t$  hitung  $> t$  tabel  $3,748 > 1,660$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,1$ . Sehingga, koefisien promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.<sup>10</sup>

Menurut Kotler dan Amstrong promosi ialah aktivitas yang dikerjakan dengan cara memberitahukan manfaat dan kelebihan dari suatu produk serta mengajak dan membujuk calon pembeli untuk menggunakan produk tersebut.<sup>11</sup> Promosi yang dilakukan pegadaian syariah cukup luas dimana sekarang instansi tersebut telah bekerjasama dengan perguruan tinggi seperti kampus Institut Agama Islam Negeri kota Palopo, menjadi penanggung dana jika ada kegiatan-kegiatan besar yang diadakan oleh instansi maupun organisasi serta penempatan spanduk dengan ukuran besar didepan kantor agar masyarakat yang datang bisa melihat serta membaca mengenai produk yang dimiliki.

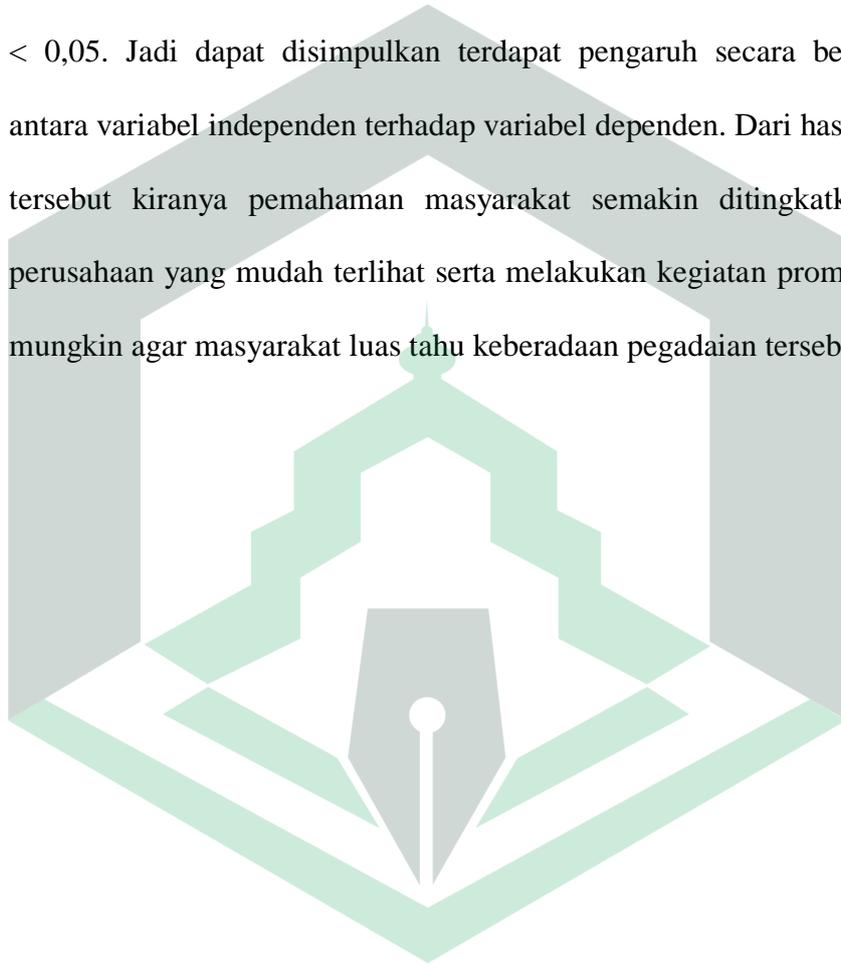
---

<sup>10</sup> Nurul Fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh* (Banda Aceh: UIN Ar-Raniry, 2018).

<sup>11</sup> Philip Kotler dan Gari Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2012), 76.

4. Pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan terhadap minat masyarakat

Berdasarkan hasil uji secara simultan nilai F hitung sebesar 36,661 dan F tabel sebesar 2,70 yang diperoleh dari  $F(k; n-k) = F(3; 100-3) = F(3; 97)$ , karena nilai F hitung > dari F tabel ( $36,661 > 2,70$ ) dan besarnya sig  $0,000 < 0,05$ . Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian tersebut kiranya pemahaman masyarakat semakin ditingkatkan, tempat perusahaan yang mudah terlihat serta melakukan kegiatan promosi sesering mungkin agar masyarakat luas tahu keberadaan pegadaian tersebut.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan pada bab IV maka didapat kesimpulan bahwa:

1. Hasil pengujian menyatakan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariaah di Kota Palopo. Dimana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,194 > 1,985$ ) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariaah di Kota Palopo. Berdasarkan uji t pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Lokasi (X2) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,723 > 1,985$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
3. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian syariaah di Kota Palopo. Berdasarkan uji t pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Lokasi (X2) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,210 > 1,985$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
4. Pengetahuan, lokasi dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariaah. Dimana nilai

$F_{hitung} >$  dari  $F_{tabel}$  ( $36,661 > 2,70$ ) dan dilihat pada nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga jika pengetahuan, lokasi dan promosi semakin ditingkatkan maka keputusan masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah semakin meningkat.

Dari hasil uji t variabel pengetahuan, lokasi dan promosi memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah di Kota Palopo dengan melihat hasil penelitian dan uji yang dilakukan pengetahuan dengan nilai t hitung sebesar 3,194 dengan nilai *sig* sebesar  $0,02 < 0,05$ , lokasi dengan nilai t hitung sebesar 3,723 dengan *sig* sebesar  $0,00 < 0,05$  dan promosi nilai t hitung sebesar 4,210 Adapun hasil data yang diolah dengan nilai *sig*  $0,00 < 0,05$ .

## **B. Saran**

1. Kepada pegadaian syariah cabang Palopo diharapkan untuk lebih meningkatkan lagi promosinya sehingga masyarakat luas tahu tentang keberadaan pegadaian syariah dan menjadikan pegadaian syariah sebagai prioritas.
2. Kepada peneliti berikutnya disarankan agar menambah variabel baru serta melakukan pengembangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementerian RI. *Al-Quran dan terjemahan*, Bandung: PT Madina, 2012.
- Abdurrahman, bin. Abdullah. *Tafsir Ibnu Katsir*. Pustaka Imam Syafi'i. Cet.5. 2001.
- Al Arif, Nur Rianto. M. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Damiati, *Perilaku Konsumen*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Damin. Sydarwan, *Ilmu-Ilmu Perilaku*, Cet. III. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Gani, Irwan & Amalia, Siti. *Alat analisis data aplikasi statistic untuk penelitian bidang ekonomi & social*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Hasan, Irmayanti. *Manajemen Operasional Perspektif Integratif*. Malang: UIN Maliki Press, 2011), 74.
- Hermawan, Agus. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta, 2005.
- Imam, Sentot Wahjono. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Kasmir, *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pres, 2017.
- Koentjaraningrat. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Reneka Cipta, 2009.
- Kotler, Philip dan Gari Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lamb, Charles W. *Pemasaran*, Edisi I. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat 2018.
- Muhammad. *Lembaga Ekonomi Syariah*, Cetakan I. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.

- Nasution. *Metode Research*. Jakarta: Bumi Aksara, 2001.
- Notoatmojo, *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Notoatmodjo. *Media Edukasi, Pengetahuan*. 2007.
- Riduwan, dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen- Pendekatan Praktis Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI, 2013.
- Sekaran, Uma, dan Roger Bogue. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 6. Jakarta: Salemba 4, 2017.
- Shahih Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja'fi, *Kitab: Jual Beli*, Birut-libanon: Darul Fikri, 1981 M.
- Srijanti, purwanto dan Pramono Wahyudi. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*, Edisi 2. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta: Bandung, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. 20. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Triandaru, Sigit & Budisantoso, Totok. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Bandung: Andi Offset, 2014.
- Wahjono, Sentot imam. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Winkel,W.S. *Psikologi Pengajaran*, Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana Indonesia, 1983.
- Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Adib, Mukhlis. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Memilih Produk Rahn Di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat", *skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. (2014).

- Amalia, Reski. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kurangnya Minat Masyarakat Muslim di Kec. Bara Mengambil Pembiayaan Pada Bank Syariah di Kota Palopo", Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo. (2017).td.
- Difa, Zabila. "Pengaruh Lelang Barang Jaminan Terhadap Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah Cabang Kota Palopo", *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo*. (2018).td.
- Fajri, Nurul. "Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh", *Skripsi universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*. (2018).
- Haris, Abdul Romdhoni, & Ratnasari, Dita. "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal EkonoMo Islam i*, no 02(30 Juli 2018):<http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>.
- Idrus, Taufik Al. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Rahn di Cabang Pegadaian Syariah Ar Hakim Medan dengan Metode Borda." *Skripsi Universitas Sumatera Utara, Medan*. (2018).
- Irawan, Hendi. "Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang." *Universitas Islam Negeri Malang*. (2009).
- Ihlas, Dian Ainun AL. "Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Kota Palopo." *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo*. (2018).
- Mauludi, Muhammad Hafiz, M. Kholil Nawawi dan Ikhwan Hamdani. "Pengaruh Penerapan Hukum Islam Terhadap Minat Pengguna Jasa Pegadaian Syariah." *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1, No. 2 (2019).
- Maghfirah, Lailah dan Ridwan Nurdin, "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*, 1, No.1 (2019).
- Noviawaty. "Hubungan Antara Faktor Penduduk Setempat Terhadap Kecenderungan Preferensinya." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 08 No. 15 (2010).

Nurfadlilah, Alwiyah. “faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumsi membeli hasil pertanian tinjauan ekonomi syariah studi kasus pasar agro desa sumillan kecamatan Alla.” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo. (2015).td.

Nurmalasari. “Preferensi Masyarakat Kota Palapo Terhadap Pegadaian Syariah.” Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo. (2013).td.

Rosyid, Maskur & Saidiah, Halimatu. “Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru, “ *Jurnal Islaminomic* 7, no. 2 (Agustus 2016): 42-43, <http://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as-sdt=0%2C5&q=pengaruh+pengetahuan+terhadap+minat+btnG=#d=gs-qabs&u=%23p%3Dn4GWUQq5mjQ>.

Sa’adah, Faridatun. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Pada Pegadaian Syariah.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 1, No. 2 (2009).

Sterendisa, Melen. “Fakto-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai (RAHN) Di PT.Pegadaian Syariah KCP Simpang Patal Palembang.” UIN Raden Fatah Palembang. (2017).

Tarlis, Andi, Wardatul Aini dan Junaidi. “Hubungan Penerapan Tarif Jasa Simpan Gadai Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pegadaian Syariah Cabang Langsa.” *Jurnal Investasi Islam*, 4, No. 1 (2019).

Yunus, Yusmi. “Pengaruh Promosi Pelayanan Dan Ujroh Terhadap Pemilihan Produk Gadai Emas Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.” *Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo*. (2017).td.

<https://www.pegadaian.co.id/laporan-kinerja/laporan-tahunan>

<https://infoalamat.com/pegadaian-di-kota-palopo/> 2020/12/10.

<https://www.statistikian.com/2012/08/menghitung-besar-sampel-penelitian.html/2020/12/02>.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Kuesioner Penelitian
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Surat Keputusan (SK)
5. Surat Izin Penelitian
6. Riwayat Hidup



## KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

Untuk keperluan dalam menyusun skripsi, saya dengan biodata sebagai berikut:

Nama : Verawati Permatasari

NIM : 16.0402.0122

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Berkenan dengan penelitian proposal skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Palopo”**. Saya sangat membutuhkan informasi dari anda untuk menyelesaikan proposal skripsi ini, oleh karena itu, saya mengharapkan bantuan anda untuk mengisi angket/kuisisioner ini. Informasi atau data yang diperoleh bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk penelitian ini. Sebelum dan sesudahnya, saya mengucapkan terimakasih atas kesediaan anda untuk membantu dalam pengisian angket ini.

Hormat saya,

## LAMPIRAN I

### I. Identitas responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Pendapatan per bulan :

#### Petunjuk pengisian :

1. Jawablah pernyataan ini dengan jujur dan benar
2. Bacalah terlebih dahulu pernyataan dengan cermat sebelum anda memulai untuk menjawabnya.
3. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

4. Keterangan :

SS : Sangat Setuju

RR : Ragu-Ragu

STS :Sangat Tidak Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

## LAMPIRAN II

### Variabel Pengetahuan (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	STS	TS
1	Mengetahui dan memahami apa itu Pegadaian syariah.					
2	Mengetahui syarat-syarat pegadaian syariah.					
3	Mengetahui produk-produk Pegadaian Syariah.					
4	Mengetahui perbedaan antara Pegadaian Syariah dengan Pegadaian Konvensional.					
5	Pegadaian Syariah telah sesuai hukum Al-Qur'an dan As-sunnah.					
6	Konsep Pegadaian Syariah dilakukan atas dasar tolong menolong.					
7	Pegadaian Syariah tidak menggunakan sistem bunga.					
8	Produk yang dikeluarkan Pegadaian Syariah dapat memenuhi kebutuhan saya.					

### Variabel Lokasi (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	STS	TS
1	Akses transportasi umum mudah menuju lokasi pegadaian syariah.					
2	Memiliki kantor yang proporsional/memadai.					
3	Pegadaian syariah lokasinya dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan raya.					
4	Pegadaian syariah berada dikeramaian dan pertokoan tempat orang berlalu lalang.					
5	Keamanan tempat penjualan/kantor terjamin.					

### Variabel Promosi (X3)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	STS	TS
1	Adanya promosi tentang Pegadaian syariah.					
2	Pemajangan spanduk di tempat strategis dan di dalam lingkungan kantor.					
3	Iklan tentang Pegadaian syariah menarik dan mudah dipahami.					
4	Pegadaian syariah sering melakukan event-event untuk untuk menampilkan produknya.					
5	Pegadaian syariah sering mensponsori					

	berbagai acara atau kegiatan masyarakat.					
6	Tenaga marketing sering melakukan kunjungan dalam penawaran produk .					
7	Pegadaian syariah mampu memperkenalkan produknya kepada nasabah dengan baik.					

### Variabel Minat (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	STS	TS
1	Saya berminat menggunakan produk-produk jasa pegadaian syariah.					
2	Saya akan merekomendasikan pegadaian syariah kepada kerabat dan orang terdekat.					
3	Saya akan mencari tahu berbagai informasi tentang pegadian syariah.					
4	Saya akan menjadikan pegadaian syariah prioritas utama dibanding pegadaian konvensional.					

**HASIL KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP**

**MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN**

**SYARIAH DI KOTA PALOPO**



responden	PENGETAHUAN(X1)										LOKASI(X2)					PROMOSI(X3)							MINAT(Y)					
	1	2	3	4	5	6	7	8	X1	1	2	3	4	5	X2	1	2	3	4	5	6	7	X3	1	2	3	4	Y
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	3	3	4	26	4	4	4	4	16
2	4	4	4	5	4	5	4	5	35	3	4	4	1	4	16	3	2	4	4	3	3	4	23	4	4	3	4	15
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
4	4	3	3	3	4	4	3	3	27	5	5	5	5	4	24	4	5	5	3	4	4	4	29	4	4	3	4	15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
6	4	4	5	2	5	5	4	4	33	5	4	4	4	4	21	5	2	4	4	3	4	5	27	4	4	4	3	15
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
8	4	3	3	4	4	5	3	4	30	5	5	5	3	4	22	4	4	4	3	4	3	4	26	4	3	3	3	13
9	4	4	4	4	3	3	3	4	29	5	4	5	5	3	22	5	4	4	3	3	3	4	26	5	5	4	4	18
10	2	4	2	2	1	2	1	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	2	2	4	22	2	2	2	2	8
11	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4	4	4	3	3	18	4	3	5	3	4	4	5	28	5	4	4	5	18
12	4	4	4	3	4	4	2	5	30	5	4	4	4	5	22	4	4	5	3	2	2	4	24	4	4	4	2	14
13	4	4	4	5	5	5	1	5	33	2	5	5	5	4	21	4	4	4	4	4	4	5	29	5	5	5	5	20
14	3	4	3	2	1	5	1	1	20	3	2	2	3	3	13	1	1	3	4	2	3	3	17	2	2	1	1	6
15	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3	4	4	4	5	20	2	2	3	2	2	3	3	17	3	2	2	5	12
16	3	3	3	4	3	4	4	2	26	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21	3	3	3	3	12
17	4	4	4	5	4	4	3	4	32	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	3	3	5	28	5	4	4	4	17
18	4	3	4	4	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	4	4	30	4	3	4	4	15
19	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	5	4	4	29	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	4	3	3	4	30	5	4	2	4	3	18	3	3	3	2	2	3	3	19	4	4	3	3	14
21	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	4	4	26	4	4	4	4	16
22	5	5	5	4	4	3	3	4	33	5	4	4	4	4	21	3	5	5	4	5	5	5	32	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	5	5	4	5	35	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	3	5	29	5	4	4	4	17
24	4	4	4	3	4	4	2	4	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	2	3	4	24	4	4	3	3	14
25	4	5	5	5	5	4	4	4	36	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	4	3	4	26	4	4	4	5	17
26	4	4	3	3	3	5	2	5	29	4	4	5	5	5	23	3	5	5	3	3	3	4	26	5	5	4	4	18
27	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3	3	3	4	4	17	5	5	5	5	4	4	4	32	4	4	4	4	16
28	5	5	4	4	4	4	3	4	33	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	3	4	5	28	4	4	4	4	16

29	5	5	4	4	4	4	3	4	33	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	3	4	5	28	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	1	3	3	4	27	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	3	4	5	28	4	5	4	4	17
31	5	4	4	4	4	5	4	4	34	4	5	5	4	4	22	4	4	4	3	3	4	4	26	5	5	4	4	18
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	5	29	5	4	4	4	17
33	4	5	4	4	4	5	4	5	35	5	5	5	5	5	25	3	4	4	3	3	2	3	22	4	4	4	4	16
34	4	4	4	3	3	4	3	4	29	4	4	5	5	4	22	3	4	4	4	3	3	4	25	4	4	4	4	16
35	5	5	5	4	5	5	5	4	38	4	5	4	4	5	22	4	4	5	4	4	4	5	30	5	4	4	4	17
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
37	4	4	3	3	4	4	4	4	30	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	4	5	30	5	5	4	5	19
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	5	5	30	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	5	5	2	5	33	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	5	5	32	5	4	4	5	18
40	4	4	4	3	4	3	4	4	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	4	5	3	5	33	4	5	5	5	5	24	5	5	4	4	4	2	4	28	5	5	4	5	19
42	5	5	4	5	4	4	5	4	36	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
43	4	4	4	5	5	5	2	5	34	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	4	5	33	4	5	4	5	18
44	3	3	3	3	4	3	3	4	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	4	25	4	4	5	4	17
45	4	4	4	5	5	4	2	4	32	4	4	5	5	4	22	5	3	4	4	3	4	4	27	5	4	5	5	19
46	4	4	4	4	5	4	2	4	31	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
47	4	4	4	3	4	5	5	5	34	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	3	15
48	4	3	3	3	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	5	4	29	5	5	4	4	18
49	4	4	2	2	4	4	2	4	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	2	4	25	4	4	4	4	16
50	4	4	4	2	4	4	2	4	28	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	2	2	4	22	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	4	4	26	4	4	4	4	16
52	4	5	4	4	2	4	1	5	29	5	4	5	5	5	24	4	3	1	3	1	2	1	15	4	4	4	4	16
53	4	4	5	4	4	3	3	5	32	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	3	4	28	4	4	4	4	16
54	4	5	5	5	5	5	3	5	37	4	5	5	5	5	24	4	4	5	4	5	4	4	30	5	5	4	5	19
55	3	4	4	3	5	4	3	5	31	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	3	4	29	5	5	4	4	18
56	4	4	4	4	3	5	2	5	31	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	5	5	30	5	5	4	5	19
57	4	4	5	4	4	5	3	5	34	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	5	5	33	5	5	5	5	20
58	4	4	4	4	4	5	2	5	32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
59	4	1	4	4	4	4	4	5	30	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	5	5	34	5	4	4	4	17

60	4	4	3	4	3	4	4	3	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
61	5	5	5	3	3	5	5	5	36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
62	2	2	2	2	5	5	2	5	25	2	2	5	5	5	19	5	5	5	2	2	2	2	23	5	5	5	5	20
63	4	4	3	3	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	4	4	27	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	5	5	2	5	37	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20
65	4	4	3	4	3	4	2	5	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	16
66	4	4	2	4	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
67	4	3	4	3	1	1	3	3	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	3	3	24	4	4	4	3	15
68	4	5	4	5	4	5	3	4	34	4	5	5	4	5	23	4	5	4	3	4	4	4	28	4	5	4	3	16
69	4	4	3	4	5	4	4	4	32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
70	5	4	4	5	3	3	2	5	31	5	5	5	5	5	25	3	2	2	2	2	2	3	16	4	4	4	4	16
71	4	4	4	5	4	4	5	5	35	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	5	4	17
72	5	4	4	4	4	5	4	5	35	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	4	4	30	5	5	5	5	20
73	4	4	3	4	5	5	4	5	34	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	4	5	29	4	4	4	5	17
74	5	4	3	5	1	5	3	5	31	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5	34	5	5	5	5	20
75	3	5	4	4	3	4	5	4	32	5	5	4	4	5	23	3	4	4	3	3	4	4	25	4	3	4	4	15
76	5	5	5	5	5	5	1	5	36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	5	5	5	33	5	5	5	5	20
77	3	4	4	4	3	4	3	4	29	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	4	4	3	3	30	5	5	5	5	4	24	4	4	4	3	3	3	4	25	4	4	4	3	15
80	4	3	4	3	3	4	3	4	28	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	4	4	27	3	3	3	3	12
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	4	4	4	30	5	5	4	5	19
82	4	4	3	3	5	5	1	4	29	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	3	3	4	24	3	3	3	4	13
83	4	4	3	3	3	4	2	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	3	4	4	28	4	4	4	4	16
84	3	3	4	3	3	4	3	4	27	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	3	3	4	24	4	4	4	3	15
85	4	4	3	2	3	4	3	4	27	4	4	4	5	4	21	3	3	3	3	4	3	4	23	4	5	5	5	19
86	3	2	3	3	3	4	3	4	25	4	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	3	4	24	4	4	3	4	15
87	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	5	5	5	23	4	5	4	4	4	4	5	30	4	4	5	4	17
88	5	5	5	5	5	3	1	4	33	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	5	5	5	34	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	5	5	18
90	4	4	3	4	5	5	4	3	32	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	20

91	4	4	4	4	4	4	4	5	33	5	5	5	3	4	22	2	4	4	4	5	5	5	29	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	4	4	3	5	32	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	4	4	28	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	4	5	1	3	29	4	5	5	5	5	24	4	5	3	5	4	4	4	29	4	4	4	4	16
94	5	4	4	4	5	5	1	5	33	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	5	5	19
95	3	4	4	3	4	4	2	4	28	4	5	5	4	5	23	4	5	3	3	4	3	5	27	5	3	4	4	16
96	3	4	3	4	4	5	2	4	29	5	5	5	4	5	24	3	5	5	3	4	3	5	28	4	5	4	5	18
97	3	4	2	3	4	5	1	4	26	5	4	5	4	4	22	4	5	4	4	5	4	5	31	4	4	3	5	16
98	3	4	1	3	4	4	3	4	26	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	3	5	4	30	5	4	2	5	16
99	5	4	3	2	4	4	1	4	27	5	4	5	5	4	23	2	4	5	3	4	4	5	27	4	5	3	4	16
100	4	5	5	5	5	3	1	4	32	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	4	4	31	4	5	4	5	18





	Sig. (2-tailed)	,090	,851	,256	,230	,003		,082	,311	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,435*	,153	,502**	,507**	,586**	,322	1	,231	,724**
	Sig. (2-tailed)	,016	,419	,005	,004	,001	,082		,220	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,397*	,250	,373*	,379*	,500**	,192	,231	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,030	,183	,043	,039	,005	,311	,220		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX1	Pearson Correlation	,781**	,488**	,783**	,734**	,858**	,515**	,724**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,000	,000	,000	,004	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Variabel Lokasi (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	,526**	,361*	,379*	,269	,699**
	Sig. (2-tailed)		,003	,050	,039	,151	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,526**	1	,770**	,451*	,510**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,012	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,361*	,770**	1	,487**	,405*	,803**
	Sig. (2-tailed)	,050	,000		,006	,027	,000
	N	30	30	30	30	30	30



	Sig. (2-tailed)	,041	,003	,004	,001		,000	,008	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	,276	,366*	,388*	,676**	,705**	1	,541**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,140	,047	,034	,000	,000		,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	,621**	,428*	,505**	,574**	,475**	,541**	1	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000	,018	,004	,001	,008	,002		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total X3	Pearson Correlation	,716**	,747**	,743**	,726**	,811**	,746**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### 4. Variabel Minat (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	TotalY	
Y1	Pearson Correlation	1	,842**	,828**	,658**	,929**	
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	
Y2	Pearson Correlation	,842**	1	,831**	,526**	,891**	
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,000	
	N	30	30	30	30	30	
Y3	Pearson Correlation	,828**	,831**	1	,649**	,928**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	
Y4	Pearson Correlation	,658**	,526**	,649**	1	,810**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,000		,000	
	N	30	30	30	30	30	

TotalY	Pearson	,929**	,891**	,928**	,810**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

## B. Uji Reliabilitas

### 1. Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,836	8

### 2. Variabel Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,797	5

### 3. Variabel Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,864	7

### 4. Variabel Minat

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,907	4

**SURAT KEPUTUSAN (SK)**



# SURAT IZIN PENELITIAN

    
1 2 0 2 0 1 9 0 0 9 0 3 5 1

PEMERINTAH KOTA PALOPO  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpun : (0471) 326048

**ASLI**  
DASAR HUKUM :

**IZIN PENELITIAN**  
NOMOR : 350/IP/DPMPPTSP/III/2020

1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan IPTEK;
2. Peraturan Mendagri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Mendagri Nomor 7 Tahun 2014;
3. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyederhanaan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo;
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 22 Tahun 2016 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

**MEMBERIKAN IZIN KEPADA**

Nama : VERAWATI PERMATASARI  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Jl. Bitti Balandai Kota Palopo  
Pekerjaan : Mahasiswa  
NIM : 16 0402 0122

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

**PENGARUH PENGETAHUAN, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH DI KOTA PALOPO**

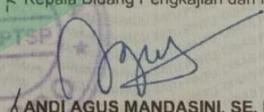
Lokasi Penelitian : PEGADAIAN SYARIAH KOTA PALOPO  
Lamanya Penelitian : 12 Maret 2020 s.d. 11 Juni 2020

**DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :**

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada **Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo**.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo  
Pada tanggal : 13 Maret 2020  
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

  
**ANDI AGUS MANDASINI, SE, M.AP**  
Pangkat : Penata  
NIP : 19780805 201001 1 014

**Tembusan :**

1. Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP
2. Walikota Palopo
3. Danbim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kerjasama Kota Palopo
7. Instansi terkait tempat dilaksanakan penelitian