

**PENGARUH PROMOSI DAN PEMBIAYAAN RAHN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA
PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi 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 PROMOSI DAN PEMBIAYAAN RAHN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA
PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH LUWU**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi 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**

HALAMANPERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : ANZAL
NIM : 16 0402 0043
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau 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 didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat semestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administrasi atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 13 Maret 2021

Yang membuat pernyataan



ANZAL

NIM.16 0402 0043

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi dan Pembiayaan *Rahn* terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu yang di tulis oleh Anzal Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0043, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, tanggal 07 Mei 2021 Miladiyah bertepatan dengan 25 Ramadhan 1442 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 24 Mei 2021

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Takdir, S.H., M.H | Penguji I | (.....) |
| 4. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc | Penguji II | (.....) |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

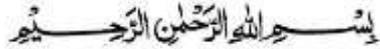
a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP.19610208 199403 2 001


Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP.19861020 201503 1 001

PRAKATA



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, Taufiq, hidayah dan pertolonganNya, sehingga Peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan *Rahn* Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu” dan dapat terselesaikan dengan baik.

Tak lupa pula shalawat dan salam tidak lupa Peneliti haddiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, seorang juru selamat yang selalu dinantikan akan syafa’at oleh seluruh umat manusia kelak dihari kiamat.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta 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. IAIN Palopo.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M. Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS., CAPM., CAPF.,

- CSRA. Wakil Dekan III Dr. Takdir, S.H., M.H yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E., M.M, dan Sekretaris Prodi, Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc,serta para dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
 4. Dosen Pembimbing I, Hendra Safri, S.E., M.M. dan Dosen Pembimbing II, Abd. Kadir Arno, S.E.Sy., M. Si, serta Dosen Penguji I, Dr. Takdir, S.H., M.H. dan Dosen Penguji II, Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
 5. 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.
 6. Terhusus kepada kedua orang tua saya yang tercinta M.SALEH dan ibunda NURBAYA, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan mendoakanku. Mudah-mudahan Allah swt. Mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.
 7. Kepada kakak-kakak HMPS Perbankan Syariah periode 2018, dan juga Kakanda Erwin, S,E yang telah membimbing dan memberi arahan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
 8. Sahabat kos Hero Sakit Squad Aksal, Aldi, Bento, Wanda, Sem, Opi, dan Sahabat Maccarita3Maruf,Baya,Isva,Vera,Inar,Rama,Saiful,Tenri,Maudy,

Afrianti, Ani, Aksal, Gaffar, Fira, Tiwi, Nurbaeti Samari. yang selalu senantiasa setia menemani dan mendukung, berbagi pikiran, dan telah rela mengorbankan tenaga dan waktunya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada semua teman seperjuangan Perbankan Syariah Angkatan 2016 (khususnya kelas A) yang sudah membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan 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.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang perbankan.

Palopo, 13 Maret 2021

Penulis



ANZAL

NIM. 16 0402 0043

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	Ha"	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	Esdan 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
ه	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>ḍammah</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 : *hauła*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا... آ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
ي...	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
و...	<i>dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tāmarbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, 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, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

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 tandasyaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعْمٍ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوٍّ	: <i>'aduwwun</i>

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

Contoh:

عَلِيٍّ	: „Alī (bukan „Aliyy atau A‘ly)
عَرَبِيٍّ	: „Arabī (bukan A‘rabiyy atau „Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma‘rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* 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-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ

: *al-falsafah*

الْبِلَادُ

: *al-bilādu*

7. Hamzah

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’*

شَيْءٌ

: *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

9. *Lafzal-Jalālah*

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

Contoh:

بِاللَّهِ *dīnullāh billāh*

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

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fīrahmatillāh*

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-Tūfi

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 WaTaala
SAW.	= Sallallahu AlaihiWasallam
AS	= „AlaihiAl-Salam
H	=Hijrah
M	=Masehi
SM	= SebelumMasehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidupsaja)
W	= WafatTahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali
„Imran/3:4 HR	= HadisRiwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT	xvii
DAFTAR HADIS	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Hipotesis Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Lokasi dan Waktu Peneltian	31
C. Defenisi Operasional Variabel.....	32
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data	34
F. Instrumen Penelitian.....	35
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	36
H. Teknik Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitin	43
B. Pembahasan	60
BAB IVPENUTUP	65
A. Kesimpulan.....	65
B. Saran	66

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat 1 QS Al-Baqarah/2:283	6
Kutipan Ayat 3QS Al-Baqarah/2:283	20



DAFTAR KUTIPAN HADIST

Hadis 1 Hadis tentang Rahn.....	21
Hadis 1 Hadis tentang memanfaatkan gadai.....	25



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah <i>Rahn</i> PT Pegadaian.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi.....	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Pembiayaan <i>Rahn</i>	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Minat	39
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan pekerjaan.....	52
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Hasil Uji T	58
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji R	60



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Pegadaian Syariah	45
Gambar 4.2 Scatterplot	55



ABSTRAK

Anzal, 2021. *“Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu”*
Skripsi Program Perbankan Syariah IAIN Palopo. Dibimbing oleh Hendra Safri, S.E., MM dan Abd. Kadir Arno, SE.Sy., M. Si

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Penelitian ini bertujuan: untuk mengetahui pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2037 responden dengan sampel sebanyak 95 responden dan instrumen pada penelitian ini yaitu angket. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis meliputi uji T (parsial), uji F (simultan) dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai hasil signifikansi dari variabel Promosi (X1) sebesar 0,02 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,02 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pembiayaan rahn secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai hasil signifikansi dari variabel Pembiayaan Rahn (X2) sebesar 0,01 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,01 < 0,05$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. promosi dan pembiayaan rahn secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Promosi dan pembiayaan rahn berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 10,238 yang lebih besar dari F tabel yaitu 3,09, dan nilai signifikan lebih kecil $0,00 < 0,05$. Dengan kata lain H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Kata kunci: Promosi, Pembiayaan rahn, Minat Nasabah

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Isu-isu keuangan dan ekonomi adalah isu yang selalu menjadi salah satu perhatian masyarakat, baik dari masyarakat Indonesia itu sendiri maupun masyarakat dunia. Perkembangan ekonomi ini akan selalu diikuti oleh peningkatan berbagai kegiatan ekonomi, termasuk kebutuhan akan kredit oleh pelaku ekonomi.¹

Dalam rangka memenuhi kebutuhan kredit tersebut telah berdiri lembaga keuangan bank maupun non bank, baik milik pemerintah maupun milik swasta, yang berperan sebagai penyalur kredit kepada masyarakat. Saat ini sebagian besar masyarakat lebih menyukai mengambil pinjaman kepada lembaga informal seperti rentenir, kecenderungan ini sering terjadi karena persyaratannya yang lebih mudah dipenuhi, mudah diakses, dan bisa dilakukan dalam waktu singkat. Namun dibalik semua kemudahan ini, rentenir atau sejenisnya menekan orang-orang dengan bunga tinggi yang harus di bayar.

Keadaan ekonomi yang bersifat dinamis turut serta mempengaruhi kemampuan masyarakat dalam upaya untuk membayar pinjaman. Terkadang pelanggan yang mendapatkan pinjaman mengalami kesulitan yang mengakibatkan kredit macet. Untuk meminimalkan risiko kredit macet, tidak sedikit penyedia kredit yang menerapkan sistem pinjaman dengan agunan yang disebut sistem gadai, di Indonesia kini hadir lembaga keuangan yang beroperasi dengan sistem

¹Galis KurniaAfdhila, *Analisis Implementasi Pembiayaan Ar-Rahn (Gadai Syariah) pada Kantor Pegadaian Syariah Cabang Landung sari Malang*, skripsi, (Malang: Universitas Brawijaya, 2015).

gadai yang dapat membantu masyarakat dalam penyediaan dana yaitu pegadaian syariah maupun konvensional.

Pegadaian Syariah adalah unit Syariah dari Perum Pegadaian, atau suatu Lembaga Keuangan pemerintah yang menjalankan usaha dengan sistem gadai. Pegadaian Syariah yang berdiri pada tahun 2003 mengalami dampak kemajuan ekonomi Islam yaitu memiliki 27 cabang di kota-kota besar di Indonesia.²

Landasan hukum berdirinya Pegadaian Syariah adalah PP Nomor 103 Tanggal 10 November 2000 serta Fatwa DSN No 25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn. Keberadaan Pegadaian Syariah pada awalnya didorong oleh perkembangan dan keberhasilan lembaga-lembaga keuangan seperti Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan lain-lain. Disamping itu juga dilandasi oleh kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap hadirnya sebuah institusi pegadaian yang menerapkan prinsip-prinsip syariah.³

Produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah ini memiliki karakteristik seperti, tidak menuntut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan seperti yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional. Biaya tersebut dihitung dari nilai barang bukan dari

² Hermawan Kartajaya dan Muahammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing*, (Jakarta: Mizan, 2006).

³ Siti Hadijah, 2015, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 5. No.1.

jumlah pinjaman. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari Pegadaian Syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan Pegadaian Syariah.

Pegadaian Cabang Syariah Luwu terletak di Kota Palopo, tepatnya di Jalan Andi Tadda Ruko samping Pasar Subuh Kota Palopo. Daerah ini merupakan daerah pasar yang ramai dengan pedagang maupun pembeli. Oleh karena itu, keberadaan pegadaian syariah sangat membantu para masyarakat yang mayoritas muslim untuk dapat melakukan transaksi gadai tanpa adanya unsur riba di dalamnya. Pegadaian Syariah menunjukkan relatif mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga penulis ingin mengetahui faktor faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan jasa tersebut.

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

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 pada tahun 2015-2019 pegadaian syariah naik sebesar 4,03%, serta pegadaian konvensional

mengalami pertumbuhan sebesar 2,48%.⁴ Namun pada tahun 2017 pegadaian syariah sempat mengalami penurunan sebesar 0,47%.

Secara teoritis minat dalam memilih suatu lembaga keuangan, nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan layanan jasa Pegadaian Syariah. Faktor yang diduga berpengaruh terhadap minat nasabah adalah promosi. Promosi dapat membantu menaikkan angka penjualan produk atau jasa. Promosi bisa jadi akan berpengaruh terhadap minat masyarakat (nasabah) menggunakan jasa Pegadaian Syariah, karena dengan adanya promosi yang menarik nasabah akan menimbulkan rasa minat untuk menggunakan jasa tersebut.

Menurut Kinasih dan Suhermin dalam penelitiannya, keberadaan suatu produk akan diketahui oleh konsumen apabila ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang lain yaitu kegiatan promosi.⁵ Promosi sebagai tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Feti Rukmanasari yang mengatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian juga tidak sejalan dengan pernyataan teoritik dari Kosasih dan Liu yang menyatakan bahwa promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan. Semakin sering promosi dilakukan melalui event dapat mempengaruhi motivasi pelanggan, sehingga menarik minat beli pelanggan.

⁴Pegadaian, Laporan Kinerja Tahunan, <https://www.pegadaian.co.id/2020/12/10>.

⁵Kinasih dan Suhermin. 2015. Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari *DepartemenStore* Royal Plasa Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4. No.2.

Di pegadaian syariah barang jaminan berupa emas merupakan pembiayaan yang paling banyak peminatnya. Minat masyarakat terhadap rahn emas pun kian meningkat. Pegadaian syariah mencatat mengalami pertumbuhan pinjaman, pembiayaan syariah berbentuk Rahn yang mencapai Rp 5,8 triliun per September 2019, naik 29,9% dibandingkan dengan periode yang sama di tahun 2018.⁶

Pegadaian Syariah memiliki beberapa produk jasa diantaranya, ArRahn yaitu pinjaman yang diberikan kepada masyarakat buat memenuhi kebutuhan dana menggunakan sistem gadai yang sesuai syariah Islam, dengan memberikan agunan berupa perhiasan emas, berlian, elektronik dan kendaraan bermotor. Nasabah hanya dibebani biaya administrasi, biaya layanansimpanan dan pemeliharaan agunan (ijarah).

Dengan mudahnya menggadaikan barang di pegadaian syariah maka akad gadai/ pembiayaan rahn yang lebih diminati dan dikenal masyarakat, tetapi pada kenyataannya, pegadaian menyediakan banyak produk selain pembiayaan rahn itu sendiri.

Dalam penerapannya, Pegadaian Syariah mirip dengan Pegadaian Konvensional, yaitu menyerahkan pinjaman berupa uang dengan meminta sebuah jaminan berbentuk barang-barang bergerak. Untuk mendapatkan pinjaman dari pegadaian syariah, nasabah harus menunjukkan kartu identitasnya dan membawa properti bergerak sebagai jaminan, nasabah akan mendapatkan uang pinjaman dari pegadaian syariah, dan dalam membayar kembali uang pinjaman, nasabah hanya perlu membawa jumlah uang yang dipinjam bersama dengan bukti gadai ke

⁶Ahmad Ghifari, 1 November 2019, Bisnis Pembiayaan Produk Syariah Pegadaian meningkat 44,1%, diakses pada 27/12/2019.

pegadaian syariah yang dipinjami. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah (2): 283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَانٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ ۝۲۸۳ ﴾

Terjemahnya

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, Maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya...”⁷

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan sebagian masyarakat Kota Palopo, jika ditanya mengenai apa yang mereka ketahui tentang Pegadaian Syariah, maka jawabannya adalah gadai. Selain itu juga menyatakan bahwa gadai di pegadaian konvensional sama karena dipungut tambahan dimana pada pegadaian konvensional disebut dengan bunga atau riba, sedangkan di pegadaian syariah disebut dengan *ujroh* atau upah. Sebagian masyarakat menganggap pegadaian hanya menyediakan akad gadai. Dengan ilustrasi mereka datang ke pegadaian, menggadaikan barang jaminan lalu mereka akan mendapatkan uang dari barang yang mereka gadaikan.

Minat menggunakan jasa pegadaian syariah penting untuk diteliti sebab sejauh ini masyarakat lebih mengenal pegadaian konvensional, sehingga peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi

⁷Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Edisi 2002 (Jakarta: Alhuda Kelompok Gema Insani, 2002).

minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah. Berkaitan dengan hal tersebut maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan *Rahn* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan masalah diatas, maka rumusan masalah yaitu:

- a. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu?
- b. Apakah pembiayaan rahn berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu?
- c. Apakah promosi dan pembiayaan rahn berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu
- b. Untuk mengetahui pengaruh pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan informasi pada bidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya pada pegadaian syariah.

b. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan sumbangan pikiran dan pengetahuan untuk dijadikan tambahan bacaan kepustakaan dalam meningkatkan ilmu pengetahuan serta menjadi suatu bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.



BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut adalah jurnal penelitian yang berkaitan dengan judul yang saya ambil mengenai pengaruh promosi dan pembiayaan rahn serta pengaruhnya terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian cabang syariah Luwu:

Nana Diana menjelaskan tentang Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas dan Pembiayaan Ar-Rum Terhadap Perolehan Laba Pegadaian Syariah, dapat disimpulkan bahwa jumlah pembiayaan gadai emas dan pembiayaan Ar-Rum berpengaruh signifikan terhadap perolehan laba, jika jumlah pembiayaan gadai emas dan pembiayaan Ar-Rum naik maka perolehan laba pun akan naik, Sebaliknya apabila jumlah pembiayaan gadai emas dan pembiayaan Ar-rum turun maka laba bersih akan terdorong untuk turun juga.⁸

Nurul Fajri menjelaskan tentang Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh dalam hasil risetnya menyimpulkan bahwa promosi, lokasi dan alasan syariah sangat berdampak terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam memutuskan memakai jasa pegadaian syariah.⁹

Muhammad Noor Prasetyo dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Produk (Rahn) Terhadap keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan

⁸Nana Diana, *Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas dan Pembiayaan Ar-Rum Terhadap Perolehan Laba Pegadaian Syariah*. Skripsi, (Karawang: Universitas singaperbangsa karawang, 2016).

⁹Nurul 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).

Jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang, menyimpulkan bahwa Produk Rahn Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Masyarakat (Y) Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang.¹⁰

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama penulis (tahun)	Judul penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Nana Diana (2016)	Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas dan Pembiayaan Ar-Rum Terhadap Perolehan Laba Pegadaian Syariah	1) Menggunakan metode kuantitatif 2) Membahas tentang pembiayaan gadai emas (rahn)	1) Membahas tentang pembiayaan Ar-Rum 2) Membahas tentang perolehan laba
2	Nurul Fajri (2018)	Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT.PegadaianSyariah Cabang Banda Aceh	1) Menggunakan metode kuantitatif 2) membahas tentang promosi 3) membahas tentang minat nasabah	1) membahas tentang lokasi 2) membahas tentang alasan syariah 3) lokasi penelitian di pegadaian Syariah Banda Aceh

¹⁰Muhammad Noor Prasetyo, *Pengaruh Produk (Rahn) Terhadap keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang*, (Banten: UIN Sultan Maulana Hasanuddin, 2017).

3	Muhammad Noor Prasetyo (2017)	Pengaruh Produk (Rahn) Terhadap keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang	1).Membahas tentang Rahn 2). Menggunakan metode kuantitatif	1).Mebahas tentang keputusan masyarakat 2).Lokasi penelitian di Pegadaian Syariah di Kota Serang
---	-------------------------------	--	--	---

Dari penelitian terdahulu diatas penulis menyatakan bahwa tidak adanya persamaan yang diteliti oleh penulis, perbedaan yang diteliti oleh penulis adalah pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian cabang syariah Luwu yang menjelaskan bagaimana pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadai cabang syariah Luwu.

B. Landasan Teori

1. Teori Promosi

Menurut Kotler dan Amstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan dalam memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.¹¹ Philip Kotler mendefinisikan bahwa “Promosi merupakan

¹¹ Kosasih dan Liu. Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Populer Bakery. *JurnalHospitaly dan Manajemen Jasa*, Vol. 3. No. 2. 2015.

berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya dan untuk meyakinkan konsumen agar melakukan pembelian”¹²

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan, baik produk, harga, dan lokasi. Menurut Sutanto alat-alat promosi terdiri : *advertising* (periklanan), *sales promotion* (promosi penjualan), *public relation and publicity* (hubungan masyarakat dan publisitas), *personal selling* (penjualan perorangan), *directmarketing* (pemasaran langsung).¹³

Kegiatan promosi tidak boleh berhenti hanya pada memperkenalkan produk kepada konsumen saja, akan tetapi harus dilanjutkan dengan upaya untuk mempengaruhinya agar konsumen tersebut menjadi senang dan kemudian mau menggunakan produk tersebut. Adapun indikator promosi menurut Nurul Huda adalah:

- 1) *Advertising* (periklanan), yaitu segala bentuk presentasi non personal dan promosi ide barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapat bayaran. Promosi melalui periklanan banyak jenisnya, seperti misalnya di TV dan radio, poster, brosur, dan lain-lain.
- 2) *Sales Promotion* (promosi penjualan), yaitu bentuk promosi secara langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera dan atau meningkatkan

¹²Palata Luru, Pengaruh tingkat suku bunga, promosi dan lokasi terhadap peningkatan omzet pada perum pegadaian cabang poso, *JurnalEkonomi Manajemen* Vol. 13 no. 2-September 2013.

¹³Atwal Arifin dan Husnul Khotimah, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*, seminar nasional dan *call for paper*, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014).

konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Mediana antara lain: pemberian training, hadiah, potongan harga, tawaran pengembalian uang, dan kupon.

- 3) *Public relation* (hubungan masyarakat), yaitu merupakan upaya komunikasi menyeluruh dari suatu perusahaan untuk memengaruhi persepsi, opini, keyakinan, dan sikap berbagai kelompok terhadap perusahaan tersebut. Mediana antara lain: pidato, seminar, sumbangan, dan lain-lain.
- 4) *Personal selling* (penjualan tatap muka), yaitu komunikasi secara langsung dengan calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan menggunakannya.
- 5) *Direct marketing* (pemasaran langsung), yaitu sistem pemasaran yang bersifat interaktif, yang memanfaatkan satu atau beberapa media iklan untuk menimbulkan respons. Media pemasarannya yaitu internet, katalog dan melalui telepon.

a. Tujuan Promosi

Dalam prakteknya tujuan promosi adalah sebagai berikut.¹⁴

1) Modifikasi Tingkah Laku

orang yang berkomunikasi memiliki beberapa alasan, seperti: mencari kesenangan, mencari bantuan, memberikan bantuan, atau instruksi, memberikan informasi, mengemukakan ide dan pendapat. Sedangkan promosi dari aspek lain berusaha mengubah perilaku dan pendapat, dan

¹⁴Bayu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008).

memperkuat perilaku yang ada untuk memberikan kesan yang baik dan mempromosikan pembelian barang dan jasa oleh perusahaan dari perspektif yang berbeda.

2) Memberitahu

aktivitas Promosi ditujukan untuk memberi tahu pasar yang dimaksud tentang penawaran perusahaan. Informasi promosi umumnya lebih sesuai pada tahap awal siklus hidup produk.

3) Membujuk

Promosi yang persuasif pada umumnya kurang disukai oleh sebagian orang. Namun kenyataannya sekarang yang muncul adalah promosi yang bersifat persuasif. Promosi persuasif ini akan menjadi dominan ketika produk memasuki fase pertumbuhan dalam siklus hidupnya.

4) Mengingat

Promosi yang bersifat mengingat dibuat untuk menjaga produk tetap berada di hati orang-orang.

b. Sarana Promosi

- 1) Iklan, Semua bentuk presentasi non personal, promosi untuk ide, promosi untuk produk atau layanan, yang dilakukan oleh sponsor berbayar tertentu.
- 2) Promosi Penjualan, Kegiatan pemasaran yang mempromosikan belanja konsumen dan efektivitas pengecer. Kegiatan-kegiatan ini meliputi: demonstrasi, pertunjukkan dan pameran.
- 3) Iklan yang mendorong, penggunaan pesan iklan di media massa dan sponsor untuk membuat permintaan non-pribadi untuk suatu produk, layanan, atau ide tidak dikenakan sejumlah pembayaran langsung.

- 4) Personal selling Presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan satu atau lebih pembeli dengan tujuan menghasilkan penjualan.¹⁵

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi promosi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi penentuan kombinasi terbaik dari variabel-variabel promosi, seperti :

1) Besarnya dana yang digunakan untuk promosi

Jumlah dana yang tersedia merupakan faktor penting yang mempengaruhi promosi. Perusahaan yang memiliki dana lebih besar, kegiatan promosinya akan lebih efektif dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mempunyai sumber dana lebih terbatas.

2) Sifat pasar

Beberapa sifat pasar yang mempengaruhi promosi ini meliputi:

- a) Luas pasar secara geografis Perusahaan yang hanya mempunyai pasar lokal sering mengadakan kegiatan promosi yang berbeda dengan perusahaan yang memiliki pasar nasional atau internasional. Bagi perusahaan yang mempunyai pasar lokal mungkin sudah cukup menggunakan *personal selling* saja, tetapi bagi perusahaan yang mempunyai pasar nasional paling tidak harus menggunakan periklanan.

- b) Konsentrasi pasar Konsentrasi pasar ini dapat mempengaruhi strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan terhadap jumlah

¹⁵Anggoro Dwi Kurniawan, *Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Kedai Amarta Semarang*, skripsi, (Semarang: Universitas diponegoro Semarang, 2012).

calon pembeli, jumlah pembeli potensial yang macamnyaberbeda-beda, dan konsentrasi secara nasional. Perusahaan yang hanya memusatkan penjualannya pada satu kelompok pembeli saja, maka penggunaan alat promosinya akan berbeda dengan perusahaan yang menjual pada semua kelompok pembeli.

c) **Macam pembeli** Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan juga dipengaruhi oleh objek atau sasaran dalam kampanye penjualannya, apakah pembeli industri, konsumen rumah tangga, atau pembeli lainnya. Sering perantara pedagang ikut menentukan atau ambil bagian dalam pelaksanaan program promosi perusahaan.

3) **Jenis produk yang dipromosikan**

Faktor lain yang turut mempengaruhi strategi promosi perusahaan adalah jenis produknya, apakah barang konsumsi atau barang industri. Dalam mempromosikan barang konsumsi juga macam-macam, apakah barang konvenien, shopping, atau barang spesial. Pada barang industri pun juga demikian, cara mempromosikan instalasi akan berbeda dengan perlengkapan operasi.

4) **Tahap tahap dalam siklus kehidupan produk**

Strategi yang akan diambil untuk mempromosikan barang dipengaruhi oleh tahap-tahap dalam siklus kehidupan barang tersebut. Pada tahap pengenalan, perusahaan harus berusaha mendorong untuk meningkatkan permintaan primer lebih dulu. Jadi perusahaan harus

menjual kepada pembeli dengan mempromosikan produk tersebut secara umum sebelum mempromosika satu merek tertentu.

2. Teori Pembiayaan Rahn (Ar-rahn)

Menurut Nuritomo pembiayaan *rahn* adalah produk jasa gadai dengan akad *rahn* yaitu akad penyerahan harta (*marhum*) dan nasabah (*rahin*) kepada pihak pegadaian syariah (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh utang.¹⁶

Secara etimologis *al-rahn* berarti permanen dan lama, sedangkan *al-habs* berarti memegang barang dengan tepat sehingga dapat digunakan sebagai pembayaran untuk barang tersebut. Arti gadai (*rahn*) dalam bahasa hukum disebut sebagai jaminan, agunan, dan runguhan.¹⁷

Gadai menurut Antonio adalah suatu hak yang diperoleh oleh seseorang yang mempunyai piutang atas suatu barang. Menurut syari'at islam, gadai meliputi barang yang mempunyai nilai harta dan tidak dipersoalkan apakah termasuk bendak bergerak atau tidak bergerak.¹⁸

Menurut Zainuddin dan Jamhari, gadai adalah menyerahkan benda berharga dari satu orang ke orang lain sebagai penguat atau tanggungan dalam utang piutang. *Borg* adalah objek jaminan. Benda sebagai borg akan diambil kembali setelah hutang dibayarkan. Jika waktu pembayaran yang ditentukan telah tiba dan hutang belum dibayar, maka borg ini digunakan sebagai gantinya, dengan menjual

¹⁶Totok Budisantoso, Nuritomo, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, (jakarta: Salemba Empat, 2014).

¹⁷Depi Riski Amelia, *Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian SyariahStudi Kasus Pada Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung*, skripsi (lampung: UIN Raden Lampung, 2018).

¹⁸Muhamaad Syafi'i Antonio, *Bank syariah*, (Jakarta: Tazkia Institute, 2011).

sebagai pembayaran dan jika ada kelebihan, itu dikembalikan kepada orang yang berutang.¹⁹

Selain pengertian rahn yang disebutkan di atas, ada juga pengertian gadai (rahn) yang diberikan oleh para ahli sebagai berikut:

- a) Ulama Hanafiyah mendefinisikan rahn adalah menjadikan sesuatu (barang) sebagai jaminan untuk hak (piutang) yang dapat digunakan sebagai pembayar hak (piutang), baik secara keseluruhan maupun sebagian.
- b) Malikiyah mendefinisikan gadai (*rahn*) adalah sesuatu yang bernilai harta diambil dari pemiliknya sebagai jaminan untuk hutang permanen (mengikat) atau menjadi tetap.
- c) Ulama Syafi'iyah dan Hanabilah mengemukakan gadai (*rahn*) adalah menjadikan materi (barang) sebagai jaminan utang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berutang tidak bisa membayar utangnya itu.²⁰

Berdasarkan pengertian *rahn* diatas dapat disimpulkan bahwa *rahn* adalah menahan barang jaminan milik si peminjam (rahim), baik yang bersifat materi atau manfaat tertentu, sebagai jaminan atas pinjaman. Barang yang diterima memiliki nilai ekonomis, sehingga pihak yang memegang (murtahin) mendapat jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian hutang dari barang yang

¹⁹Adrian Sutedi, *hukum gadai syariah*, (Bandung: alfabeta, 2011).

²⁰Depi Riski Amelia, , *Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung*, skripsi (lampung: UIN Raden Lampung, 2018).

digadaikan jika pihak yang digadaikan tidak mampu membayar hutang tepat waktu.

Menurut Depi Riski adapun indikator pembiayaan rahn yaitu:²¹

1) Akad Rahn

Akad Rahn yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini pegadaian menahan barang bergerak sebagai jaminan atas utang nasabah.

2) Marhun (Barang Jaminan)

Marhun adalah barang yang dijadikan jaminan oleh *rahn*. Para ulama fiqih sepakat mensyaratkan *marhun* sebagaimana persyaratan barang dalam jual beli sehingga barang tersebut dapat dijual untuk memenuhi hak *murtahin*. Oleh karena itu, pembiayaan rahn yang baik mengharuskan pegawai untuk bersikap sopan terhadap nasabah, kompeten, bekerja untuk memberikan saran keuangan yang sesuai, dan memiliki akses mudah ke informasi akun nasabah.

3) Biaya Pemeliharaan

Pemeliharaan dan penyimpanan *marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *murtahin*, sedangkan biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban *rahin*.

²¹ Depi Riski Amelia, , *Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung*, skripsi (lampung: UIN Raden Lampung, 2018).

Besar biaya pemeliharaan dan penyimpanan marhun tidak boleh ditentukan berdasarkan pinjaman.

4) Marhun bih (Hutang)

Menurut ulama selain Hanafiyah, *marhun bih* hendaklah berupa utang yang wajib diberikan kepada orang yang menggadaikan barang, baik berupa uang ataupun berbentuk benda. Jika *marhun bih* tidak dapat dibayarkan, *rahn* menjadi tidak sah sebab menyalahi maksud dan tujuan dari disyariatkannya *rahn*.

a. Dasar Hukum Rahn

Tidak semua orang memiliki kepercayaan untuk memberikan pinjam/utang kepada pihak lain. Untuk membangun suatu kepercayaan, diperlukan adanya jaminan (gadai) yang dapat dijadikan pegangan.²² Adapun dasar hukum rahn adalah sebagai berikut:

1) Al-Qur'an

Gadai dalam syariat Islam dikenal dengan istilah *al-rahnu* (penahanan).²³

Gadai di bolehkan dalam islam sesuai firman Allah dalam QS. Al-Baqarah (2):
283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنْ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم

بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ ۚ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ ۝

²²Burhanuddin s, *aspek hukum lembaga keuangan syariah*, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).

²³Fasiha, *Islamic Finance (konsep dan aplikasi dalam lembaga keuangan syariah)*, (Cet. I, Palopo: Laskar perubahan, 2016).

Terjemahnya:

” Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya...”²⁴

2) Hadits

Dasar hukum *rahn* (Gadai) berdasarkan hadits:²⁵

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

Artinya:

“Sesungguhnya, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam membeli bahan makanan dari seorang yahudi dengan cara berutang, dan beliau menggadaikan baju besinya.” (HR. Al-Bukhari dan Muslim).

3) Ijtihad Ulama

Pada dasarnya segala bentuk muamalat boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya. Perjanjian gadai yang diajarkan dalam al-Quran dan al-Hadits dalam pengembangan lebih lanjut dilakukan oleh para ahli hukum dengan cara ijtihad, dengan persetujuan para ulama bahwa gadai diperbolehkan dan para ulama tidak pernah bertentangan dengan kemampuannya serta dasar Hukum. Jumhur Ulama percaya bahwa itu ditentukan ketika tidak bepergian atau ketika bepergian, berdasarkan tindakan Nabi dalam Hadits di atas.²⁶

²⁴Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah*, Edisi 2002 (Jakarta: Alhuda Kelompok Gema Insani, 2002).

²⁵Shahih Bukhari, Abu Abdullah bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja'fi, (*Kitab: Jual Beli*, juz 3, penerbit Darul Fikri, Bairut –Libnon, 1981 M).

²⁶Arni, *Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Palopo*, (Palopo: IAIN Palopo, 2017).

Jumhur ulama menyetujui kebolehan status hukum dari gadai. Ini berdasarkan kisah Nabi Muhammad SAW yang menggadaikan baju besinya untuk mendapatkan makanan dari seorang Yahudi. Para ulama juga mengambil indikasi dari contoh Nabi Muhammad, ketika ia beralih dari biasanya bertransaksi dengan sahabat kaya kepada seorang Yahudi, bahwa ini tidak lebih dari sikap Nabi Muhammad yang tidak membebani sahabat yang biasanya enggan untuk ambil ganti atau harga yang diberikan oleh Nabi Muhammad SAW kepada mereka.²⁷

4) Fatwa Dewan Syariah Nasional

- a) Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No.25/DSN-MUI/III/2002 yang ditetapkan pada tanggal 28 Maret 2002 oleh ketua dan sekretaris DSN tentang *Rahn*, menentukan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai barang jaminan hutang dalam bentuk *Rahn* diperbolehkan dengan ketentuan sebagai berikut :²⁸
 - (a) Penerima gadai (*Murtahin*) memiliki hak untuk memegang barang jaminan (*Marhun bih*) sampai semua utang nasabah (*Rahin*) dilunasi.
 - (b) Barang jaminan (*Marhun bih*) dan manfaatnya tetap milik nasabah (*Rahin*).
 - (c) Pemeliharaan dan penyimpanan barang-barang gadai pada dasarnya adalah kewajiban nasabah, tetapi juga dapat dilakukan oleh penerima gadai, sementara biaya dan pemeliharaan penyimpanan tetap menjadi kewajiban nasabah.

²⁷Adrian sutedi, *hukum gadai syariah*, (Bandung: alfabeta, 2011).

²⁸ Siti Maimunah, *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang*, skripsi (semarang: IAIN Walisongo, 2017).

(d) jumlah biaya perawatan dan penyimpanan untuk barang gadai tidak dapat ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.

(e) Penjualan barang gadai. Jika terjadi perselisihan antara kedua belah pihak, maka penyelesaiannya dapat dilakukan melalui Badan Arbitrase Nasional, setelah tercapai kesepakatan musyawarah

b) Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor: 26/DSN-MUI/III/2002 yang ditetapkan pada tanggal 28 Maret 2002 M, tentang *Rahn* Emas Memutuskan bahwa :

Pertama:

(a) *Rahn* Emas dibolehkan berdasarkan prinsip rahn (lihat Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang *Rahn*).

(b) Ongkos dan biaya penyimpanan barang (Marhun) ditanggung oleh penggadai (rahin).

(c) biaya sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 besarnya didasarkan pada pengeluaran yang jelas diperlukan.

(d) Biaya penyimpanan barang (marhun) dilakukan berdasarkan akad ijarah.

Kedua:

Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan, dengan ketentuan bahwa jika ada kesalahan di masa depan, itu akan diamandemen dan diubah sebagaimana mestinya.

b. Rukun Gadai Syariah (*Ar-Rahn*)

Dalam menjalankan pegadaian Syariah, Pegadaian harus memenuhi rukun gadai syariah, Rukun *Rahn* tersebut antara lain.²⁹

- 1) *Rahin*: Orang Yang menggadaikan. Ialah orang yang berutang.
- 2) *Murtahin*: Orang yang menerima gadai. Ialah orang yang memberikan piutang.
- 3) *Marhun*: Barang Gadai.
- 4) *Marhun Bih*: Utang, nilai atau barang yang dipinjam rahin kepada Murtahin.
- 5) *Sighat* (Ijab dan Qobul): yaitu kesepakatan antara *rahin* dan *marhun* dalam melaksanakan transaksi gadai.

c. Hukum Pemanfaatan Gadai

Adapun hukum pemanfaatan barang gadai oleh pegadaian dan atau pemilik barang gadai pada dasarnya barang gadai tidak boleh diambil manfaatnya, baik oleh pemilik barang atau penggadai, kecuali apabila mendapat izin dari masing-masing pihak yang bersangkutan dengannya sebab pemilik barang tidak memiliki haknya secara sempurna yang memungkinkan ia melakukan perbuatan hukum, misalnya mewakafkan, menjual, dan sebagainya sewaktu-waktu atas barang miliknya itu. Sementara itu, hak pegadaian pada barang gadai hanya kepada keadaan atau sifat kebendaanya yang mempunyai nilai, tetapi tidak pada guna dan pemanfaatan/pemugutan hasilnya. Sebagai pemilik barang gadai tidak

²⁹ Siti Maimunah, *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang*, skripsi (semarang: IAIN Walisongo, 2017).

berhak menggunakan barang itu, tetapi sebagai pemilik apabila barang gadai itu mengeluarkan hasil, hasil itu menjadi miliknya.³⁰

Bahwa pada umumnya ulama tidak membolehkan penggadaian memanfaatkan barang gadai, sekalipun pemiliknya mengizinkan, sebab diindikasikan sebagai riba dilarang oleh islam berdasarkan hadis Rasulullah SAW.³¹

إِنَّكَ بِأَرْضِ الرِّبَا بِهَا فَاشِ إِذَا كَانَ لَكَ عَلَى رَجُلٍ حَقٌّ فَأَهْدَى إِلَيْكَ حِمْلَ تَبْنٍ أَوْ حِمْلَ شَعِيرٍ أَوْ حِمْلَ قَتٍّ فَلَا تَأْخُذْهُ فَإِنَّهُ رَبًّا (رواه البخاري).

Artinya:

"Sungguh kamu sekarang berada di negeri praktek riba sudah merajalela. Jika kamu memiliki hak (piutang) terhadap seseorang, kemudian orang itu menghendakikan sepikul jerami, sepikul gandum, atau sepikul makanan ternak kepadamu, janganlah kamu mengambilnya karena itu barang hasil riba"(HR. Bukhari).

d. Pemeliharaan Barang Gadai

Para ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa biaya pemeliharaan barang gadai menjadi tanggungan penggadaian dengan alasan bahwa barang tersebut berasal dari penggadaian dan tetap merupakan miliknya. Sedangkan para ulama Hanafilah berpendapat lain; biaya yang diperlukan untuk penyimpanan dan pemeliharaan keselamatan barang gadai menjadi tanggungan penerima gadai dalam kedudukan sebagai orang yang memegang amanat. Kepada

³⁰Abdul Rahmat, "Pengaruh produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang pembantu kota palopo", Skripsi, (Palopo: IAIN Palopo, 2013).

³¹Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim ibn Mughirah bin Bardizbah Albukhari Alja'fi, *Shahih Bukhari*, Kitab. Manaqib, Juz 4, (Darul Fikri: Bairut-Libanon, 1981 M).

penggadaian hanya dibebankan perbelanjaan barang gadai agar tidak berkurang potensinya.³²

Berdasarkan kedua pendapat di atas, maka pada dasarnya biaya pemeliharaan barang gadai adalah kewajiban bagi rahin dalam kedudukannya sebagai pemilik yang sah. Namun apabila marhun (barang gadai) menjadi kekuasaan murtahin dan murtahin mengizinkan untuk memelihara marhun maka yang menanggung biaya pemeliharaan marhun adalah murtahin. Sedangkan untuk mengganti biaya pemeliharaan tersebut, apabila murtahin diizinkan rahin, maka murtahin dapat memungut hasil marhun sesuai dengan biaya pemeliharaan yang telah dikeluarkan. Namun apabila rahin tidak mengizinkan, maka biaya pemeliharaan yang telah dikeluarkan murtahin menjadi utang rahin kepada murtahin.³³

e. Risiko Kerusakan Barang Gadai

Risiko atas hilang atau rusak barang gadai menurut para ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa murtahin (penerima gadai) tidak menanggung resiko apapun jika kerusakan atau hilangnya barang tersebut tanpa disegaja. Sedangkan ulama mazhab Hanafi berpendapat lain, murtahin menanggung resiko sebesar harga barang minimum, dihitung mulai waktu diserahkan barang gadai kepada murtahin sampai hari rusak atau hilang.

Resiko atas hilang atau rusak barang gadai menurut para ulama Syafi'iyah dan Hanabilah berpendapat bahwa murtahin (penerima gadai) tidak menanggung resiko apapun jika kerusakan atau hilangnya barang tersebut tanpa disegaja.

³²Adrian Sutedi, *Hukum gadai syariah*, (Cet 1, Bandung: Alfabeta, 2011).

³³AdrianSutedi, *Hukum gadai syariah*, (Cet 1, Bandung: Alfabeta, 2011).

Sedangkan ulama mazhab Hanafi berpendapat lain, murtahin menanggung resiko sebesar harga barang minimum, dihitung mulai waktu diserahkan barang gadai kepada murtahin sampai hari rusak atau hilang.

3. Teori Minat

Menurut Winkel minat merupakan kecenderungan tetap dalam diri subjek untuk menjadi lebih tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang terlibat di dalamnya.³⁴ Menurut Yohana Menjelaskan bahwa dalam pengambilan keputusan, maka seorang nasabah melalui serangkaian proses yang diawali oleh input. Input ini adalah semua stimulus atau rangsangan sehingga nasabah melakukan tindakan tertentu.³⁵ Stimulus ini bersifat eksternal, artinya bahwa semua rangsangan berasal dari luar diri nasabah, misalnya daya tarik produk-produk bank maupun daya tarik fasilitas bank yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan tertentu.

Menurut Crow dan Crow minat atau *interest* bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan, ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.³⁶

³⁴Noor Komari Pratiwi, Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang, *jurnal pujangga* Vol. 1, No. 2, (Tangerang : 2015).

³⁵Yohana Neysa Setyawan dan Edwin Japarianto, Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 2, (Surabaya: 2014).

³⁶Nurul fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh*, skripsi (Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada sesuatu atau aktivitas tanpa ada yang bertanya. Minat pada dasarnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri.³⁷ Jadi minat adalah perilaku yang timbul dari diri sendiri yang dimana mempunyai keinginan untuk membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih dan menggunakan tanpa ada paksaan dari orang lain.

Minat memiliki sifat dan karakter khusus sebagai berikut:

- 1) Minat bersifat pribadi (individual), ada perbedaan antara minat seseorang dengan orang lain.
- 2) Minat menimbulkan efek diskriminatif
- 3) Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi motivasi
- 4) Minat merupakan suatu yang dipelajari, bukan bawaan dari lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode.

a. Indikator minat

Menurut Crow dan Crow mengemukakan ada tiga faktor utama yang dapat memengaruhi minat adalah.³⁸

- 1) Faktor dari dalam individu, yaitu dorongan atau keinginan yang datang dari dalam diri seseorang dapat berupa rasa ingin tahu, atau dorongan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau berbeda yang akan menimbulkan minat tertentu.

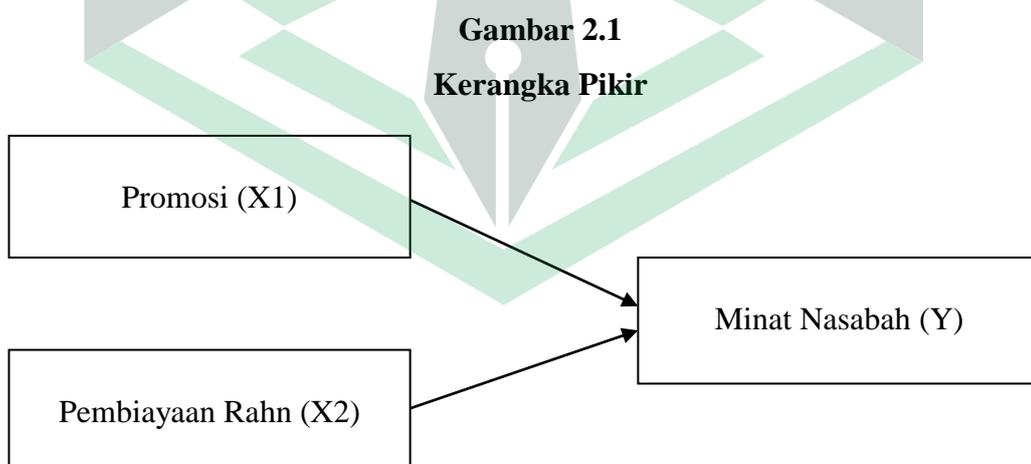
³⁷Noor Komari Pratiwi, Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang, *jurnal pujangga* Vol. 1, No. 2, (Tangerang : 2015).

³⁸Nurul fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh*, skripsi (Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

- 2) Faktor motif sosial, yaitu motif yang berdasarkan keinginan yang berhubungan dengan faktor seseorang sehingga dapat menimbulkan minat tertentu.
- 3) Faktor emosional atau perasaan, yaitu motif yang berhubungan dengan perasaan emosi yang dalam bentuk dorongan-dorongan, motif-motif, reaksi emosional dan pengalaman individu.

C. Kerangka pikir

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen, variabel independen adalah promosi, dan pembiayaan rahn, sedangkan variabel dependen adalah minat nasabah. Kerangka pemikiran menjelaskan bagaimana konsep pemikiran yang digunakan oleh peneliti untuk memecahkan suatu masalah penelitian. Kerangka konseptual mengemukakan dasar penelitian dan asumsi model yang dijadikan acuan pada penelitian dapat digambarkan pada operasional yang ditunjukkan gambar berikut:



Berdasarkan kerangka pikir diatas, promosi (X1) dan pembiayaan rahn (X2) sebagai variabel bebas (independen) akan memberikan pengaruh terhadap minat nasabah (Y) sebagai variabel terikat (dependen).

D. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

- H₁: promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT Pegadaian Cabang Syariah Luwu
- H₂: pembiayaan rahn berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu
- H₃: promosi dan pembiayaan rahn berpengaruh secara bersama sama dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT Pegadaian Cabang Syariah Luwu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka, dan analisisnya menggunakan statistik, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengolahan kualitatif menjadi data kuantitatif.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau wilayah peneliti akan melakukan kegiatan penelitian, untuk memperoleh data-datayang dibutuhkan. Penelitian ini akan dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu yang terletak di Jl. Andi Tadda Ruko Samping Pasar Subuh Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus sampai dengan November 2020.

C. Defenisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1	Promosi (X1)	Menurut Kotler dan Amstrong promosi adalah suatu unsur yang digunakan dalam memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi. ³⁹	<ul style="list-style-type: none"> a. Periklanan (<i>Advertising</i>) b. Promosi penjualan (<i>Sales Promotion</i>) c. Publisitas (<i>Publicity</i>) d. Penjualan pribadi (<i>Personal Selling</i>)
2	Pembiayaan <i>Rahn</i> (X2)	Pembiayaan <i>rahn</i> adalah produk jasa gadai dengan akad <i>rahn</i> yaitu akad penyerahan barang harta (<i>marhum</i>) dan nasabah (<i>rahin</i>) kepada pihak pegadaian syariah (<i>murtahin</i>) sebagai jaminan sebagian atau seluruh utang.	<ul style="list-style-type: none"> a. Shighat (ijab dan qabul) b. Mahrum (barang yang dijadikan jaminan) c. Biaya pemeliharaan d. Mahrum bih (hutang)⁴⁰

³⁹ Kosasih dan Liu. Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Populer Bakery. *JurnalHospitaly dan Manajemen Jasa*, Vol. 3. No. 2. 2015.

⁴⁰ Totok Budisantoso, Nuritomo, *Bank dan lembaga keuangan lainnya*, (jakarta: Salemba Empat, 2014).

3	Minat Nasabah (Y)	Menurut Winkel minat merupakan kecenderungan tetap dalam diri subjek untuk menjadi lebih tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang terlibat di dalamnya. ⁴¹	a. Faktor dari dalam diri individu b. Faktor motif sosial c. Faktor emosional atau perasaan ⁴²
---	-------------------	--	---

D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian.⁴³ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu yang menggunakan produk rahn/gadai syariah yang berjumlah 2037 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁴ Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*, dimana calon responden yang terpilih adalah mereka yang kebetulan berada di lokasi yang sama dengan peneliti.⁴⁵ Dalam menetapkan jumlah sampel maka peneliti akan menggunakan perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin yaitu:

⁴¹Noor Komari Pratiwi, *Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang*, jurnal pujangga volume 1, nomor 2, (Tangerang : 2015).

⁴²Nurul fajri, *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh*, skripsi (Banda Aceh : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

⁴³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)* (Cet. I ; Jakarta: Kencana, 2003).

⁴⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)* (Cet. I ; Jakarta: Kencana, 2003).

⁴⁵ Sugiyono, *metode penelitian kombinasi (Mixed Methods)*, (Cet. Ke-6, Bandung: ALFABETA, cv, 2011).

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir (ketidakteelitian)

dalam penelitian ini N = 2037 dan e = 0,1

maka :

$$n = \frac{2037}{1 + 2037 \cdot (0,1)^2}$$

$$= 95,32 \text{ atau } 95 \text{ orang}$$

Jadi pada penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 95 orang nasabah pembiayaan rahn.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu dilakukan dengan cara langsung ke perusahaan, untuk mendapatkan data primer melalui antara lain:

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu dilakukan dengan membagikan angket berupa daftar pertanyaan kepada responden untuk mendapatkan data-data yang diperlukan

dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini Peneliti menyebarkan kuesioner dan dibantu oleh pihak pegadaian untuk diberikan kepada para nasabah. Kuesioner ini berisi pernyataan *multiple choice* (pilihan ganda) yang terdiri dari lima alternatif jawaban yang didapatkan.

Adapun skala yang sering digunakan saat membuat kuesioner adalah skala ordinal atau sering disebut skala likert. Skala ini berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan: (Sangat Setuju, Setuju, Ragu-ragu, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju).

Pengukuran jawaban responden menggunakan kriteria pembobotan dengan tingkatan sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------------|----------------|
| 1. Jawaban Sangat Setuju | diberi bobot 5 |
| 2. Jawaban Setuju | diberi bobot 4 |
| 3. Jawaban Netral (Ragu-ragu) | diberi bobot 3 |
| 4. Jawaban Tidak Setuju | diberi bobot 2 |
| 5. Jawaban Sangat Tidak Setuju | diberi bobot 1 |

Pengukuran indikator tersebut menggunakan asumsi skala likert 5,4,3,2,1.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menjelaskan keberadaan alat atau media yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data sehingga penelitian lebih mudah dan memiliki hasil yang lebih baik. Oleh karena itu yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran angket atau kuesioner yang dibuat oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk menjawabnya.

G. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang mampu diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument yang digunakan dalam pengumpulan data dari hasil pertanyaan/pernyataan yang ada dalam kuisisioner. Standar validitas yang digunakan yaitu $> 0,361$ sehingga jika pernyataan memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka butir pernyataan dianggap valid. Uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai r -hitung $>$ r -tabel.

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R_{Hitung}	R_{Tabel}	Ket
1	Promosi (X1)	1	0,810	0,361	Valid
		2	0,804	0,361	Valid
		3	0,794	0,361	Valid
		4	0,473	0,361	Valid
		5	0,794	0,361	Valid
		6	0,678	0,361	Valid
		7	0,566	0,361	Valid
2	Pembiayaan rahn (X2)	1	0,666	0,361	Valid
		2	0,566	0,361	Valid
		3	0,475	0,361	Valid
		4	0,855	0,361	Valid
		5	0,536	0,361	Valid

		6	0,860	0,361	Valid
		7	0,855	0,361	Valid
		8	0,703	0,361	Valid
		9	0,713	0,361	Valid
		10	0,742	0,361	Valid
		11	0,732	0,361	Valid
3	Minat (Y)	1	0,500	0,361	Valid
		2	0,745	0,361	Valid
		3	0,665	0,361	Valid
		4	0,555	0,361	Valid
		5	0,565	0,361	Valid
		6	0,667	0,361	Valid

Sumber : Diolah menggunakan SPSS 15.0

2. Uji reabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realible atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$. Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat ukur panjang dari karet adalah contoh

instrumen yang tidak *reliable*/konsisten. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan alat bantu SPSS 15.

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,823	7

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Promosi (X₁) di atas, 7 item pertanyaan memiliki nilai *Chronbach's Alpha* sebesar 0,823 yaitu lebih dari, 0,6 Berdasarkan ketentuan di atas maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pembiayaan Rahn (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,890	11

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Pembiayaan Rahn (X₂) di atas, 11 item pertanyaan memiliki nilai *Chronbach's Alpha* sebesar 0,890 yaitu lebih dari, 0,6 Berdasarkan ketentuan di atas maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,670	6

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Minat (X_2) di atas, 6 item pertanyaan memiliki nilai *Chronbach's Alpha* sebesar 0,670 yaitu lebih dari, 0,6 Berdasarkan ketentuan di atas maka pertanyaan-pertanyaan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian, teknik analisis data yang digunakan adalah:

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian tersebut dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis regresi linear yaitu.

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menentukan distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan benar untuk membuktikan model penelitian tersebut adalah data yang didistribusikan secara normal. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk menguji data yang berdistribusi normal atau tidak, salah satu yang digunakan adalah uji *One-Sampel Kolmogrov-Smirnov*. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

b) Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat adakah hubungan yang kuat diantara variabel bebas dalam model regresi berganda. Jika terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas, ini akan mengganggu hubungan antara variabel bebas dan terikatnya.⁴⁶ Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi yang sempurna atau hampir sempurna antara variabel dependen (korelasi 1 atau mendekati 1). Uji multikolinieritas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode VIF (*Varian Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai VIF 10.

c) Uji Heteroskedastisitas

Keadaan di mana ada korelasi antara residu pada periode t dan residu pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi. Data yang baik pada penelitian adalah data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *scatterplot*.

2. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Merupakan suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variable terikat. Analisa

⁴⁶Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta: ANDI Publisher, 2011).

regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui dampak antara variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴⁷

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Promosi (X_1), Pembiayaan Rahn (X_2), secara persial maupun simultan terhadap Minat nasabah (Y). Persamaan regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan :

Y = Minat Nasabah

X_1 = Promosi

X_2 = Pembiayaan Rahn

b = Koefisien regresi

a = Konstanta

e = error

b) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam model regresi linier berganda ini, jumlah kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dilihat berdasarkan ukuran koefisien determinasi keseluruhan (R^2). R Square (R^2) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah kebentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴⁸

⁴⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, suatu pendekatan praktek*, (Jakarta; PT. Rineka Cipta, 2002).

⁴⁸Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012).

c) Uji-t (parsial)

Priyatno Menyatakan uji-t digunakan untuk menentukan pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.⁴⁹ Dalam hal ini peneliti akan menguji secara parsial antara variabel Promosi (X_1) terhadap Minat Nasabah (Y) dan Pembiayaan Rahn (X_2) Terhadap Minat Nasabah (Y).

d) Uji-f (simultan)

Priyatno menyatakan uji-f digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas bersama-sama pada variabel terikat berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk secara bersama-sama menguji signifikansi pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah memilih produk pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima.⁵⁰

⁴⁹Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012).

⁵⁰Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI, 2012).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Dan Lokasi Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari 2003. Sementara Pegadaian Syariah Kota Palopo terbentuk kurang lebih 10 tahun sejak tahun 2010, sudah memulai pengembangan prinsip, sistem administrasi, selain konvensional sudah mulai muncul namanya sistem syariah. Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan non Bank yang ikut dijalankan sistem administrasi yang berbasis syariah dan dianggap perlu untuk menyesuaikan dengan sistem administrasi syariah.

Pada saat itu, kegiatan perusahaan terus berjalan dan aset atau kekayaannya bertambah. Namun seiring dengan perubahan zaman Pegadaian Syariah dihadapkan pada tuntutan kebutuhan untuk berubah pula dalam arti untuk meningkatkan kinerjanya tumbuh lebih besar, lebih besar lagi dan lebih profesional didalam memberikan layanan. Oleh karena itu untuk lebih memberikan keleluasan pengelola manajemen dalam mengembangkan usahanya pemerintah meningkatkan status Pegadaian Syariah menjadi perusahaan umum.

Tujuan PERUM Pegadaian Syariah kembali dipertegas dalam peraturan pemerintah RI No. 103 tahun 2000 yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama golongan menengah kebawah, melalui penyediaan dana atas

dasar hukum gadai juga menjadi penyedia jasa dibidang keuangan lainnya. Berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghindarkan masyarakat dari gadai gelap, praktek riba dan pinjaman yang tidak wajar lainnya.

b. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi pegadaian syariah yaitu:

1) Visi

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

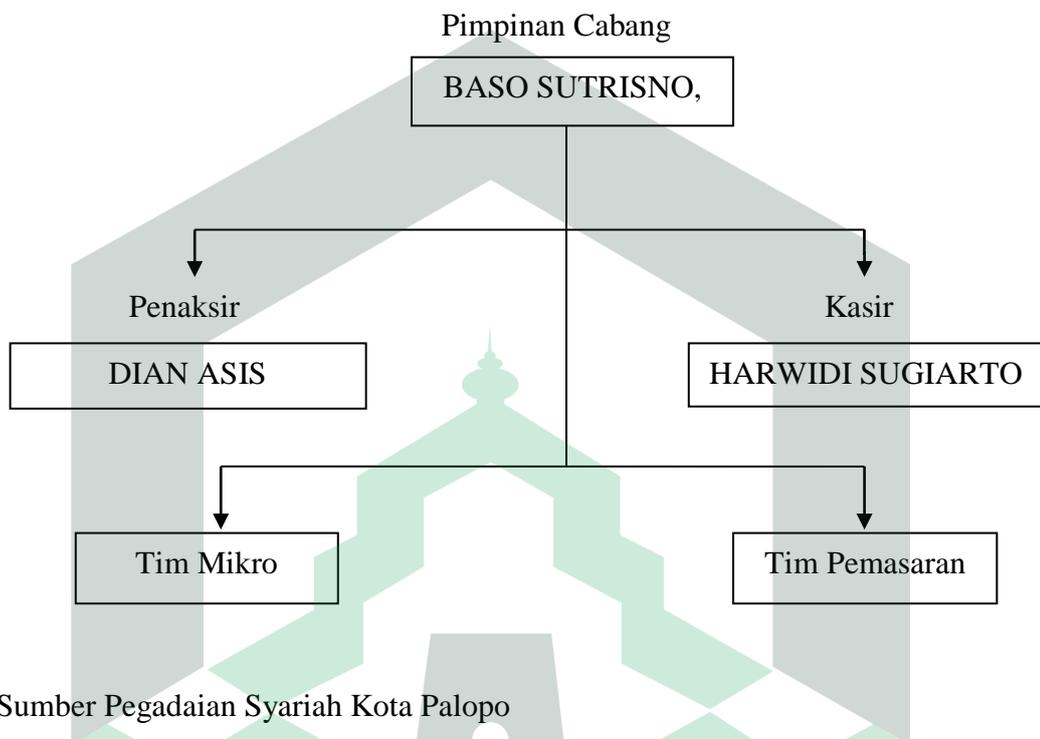
2) Misi

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

c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah

Adapun struktur organisasi Pegadaian Syariah Palopo di jalan Andi Tadda Kota Palopo.

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT Pegadaian Syariah Kota Palopo



Sumber Pegadaian Syariah Kota Palopo

d. Produk-Produk Pegadaian Syariah

Dalam perkembangannya, pegadaian syariah tidak hanya menyediakan produk berbasis gadai, namun pembiayaan jenis lainnya juga ada yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Berikut ini adalah pengertian dan Apa saja produk yang disediakan oleh pegadaian syariah:

1) AMANAH

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

Syarat pinjaman:

- a) Pegawai tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun
- b) Fotokopi KTP
- c) Fotokopi Kartu Keluarga
- d) Membayar uang muka pembelian sepeda motor mulai 10% dan uang muka pembelian mobil mulai 20%
- e) Memiliki tempat tinggal
- f) Memiliki usaha produktif yang sah dan berjalan minimal 1 tahun

2) RAHN

RAHN dari pegadaian syariah merupakan solusi tepat untuk yang membutuhkan dana cepat sesuai syariah. Proses pencairan dana hanya membutuhkan waktu 15 menit sejak barang jaminan dinilai oleh petugas.

Syarat pinjaman:

- a) Fotokopi KTP atau kartu identitas resmi lainnya
- b) Memiliki barang jaminan
- c) Untuk kendaraan bermotor membawa BPKB dan STNK asli

3) ARRUM BPKB

Arrum BPKB dari pegadaian syariah merupakan solusi pembiayaan atau pengembangan usaha mikro berprinsip syariah yang mudah dengan jaminan BPKB kendaraan.

Syarat pinjaman:

- a) Memiliki usaha dan memenuhi kriteria kelayakan serta telah berjalan 1 tahun atau lebih
- b) Fotocopi KTP dan Kartu Keluarga
- c) Menyerahkan dokumen yang diperlukan; surat keterangan usaha, BPKB asli, serta fotocopi STNK asli dan faktur pembelian.

4) ARRUM HAJI

Arrum Haji adalah pembiayaan secara syariah yang memberikan kemudahan untuk mendapatkan porsi haji. Dengan jaminan 3,5 gr emas akan memperoleh pinjaman dalam bentuk tabungan haji senilai Rp. 25 juta yang dapat digunakan untuk mendapatkan porsi haji.

Persyaratan

- a) Fotokopi KTP
- b) Fotokopi Kartu Keluarga
- c) Pas foto 3x4 latar putih
- d) Fotokopi buku nikah
- e) Fotokopi akte kelahiran
- f) Jaminan emas batangan senilai 3,5 atau atau emas perhiasan berkadar minimal 70% senilai 7gram

5) RAHN TASJILY

Pembiayaan rahn tasjily tanah adalah pembiayaan berbasis syariah yang diberikan kepada masyarakat berpenghasilan tetap/rutin seperti petani,

pengusaha, karyawan, profesional dan pensiunan dengan jaminan sertifikat tanah dan bangunan.

Syarat pinjaman:

- a) Fotokopi 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 adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel.

Syarat pinjaman:

- a) Fotokopi KTP
- b) Mengisi formulir aplikasi MULIA
- c) Menyerahkan uang muka minimal 20%
- d) Menandatangani akad MULIA

7) TABUNGAN EMAS

Tabungan emas pegadaian syariah adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan.

Keunggulan:

- a) Mudah, dilayani diseluruh outlet pegadaian, agen pegadaian serta aplikasi, pegadaian digital, pembelian emas mulai dari 0,01 Gr.
- b) Murah; harga jual dan buyback kompetitif, biaya administrasi dan biaya pengelolaan rekening ringan, harga beli mulai dari Rp. 7.000-an
- c) Aman; terdaftar dan diawasi oleh 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 Gram
- 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. Deskripsi Data Responden

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pegadaian syariah yang menggunakan produk pembiayaan rahn sebanyak 95 nasabah yang di temui penulis pada saat penelitian berlangsung. Terdapat beberapa karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian ini, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir.

1) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin atau (*gender*) merupakan salah satu hal yang penting dalam penelitian ini, karena jenis kelamin seseorang akan mempengaruhi pendapat mengenai suatu objek. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	70	74
Laki-Laki	25	26
Total	95	100

Sumber : Data primer yang diolah 2020

Berdasarkan hasil olah data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada tabel di atas, maka jumlah responden terbesar adalah berjenis kelamin perempuan yakni 70 responden atau sebesar 74% dan responden berjenis laki-laki yakni 25 orang atau sebesar 26%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata masyarakat yang menggunakan produk pembiayaan rahn didominasi oleh perempuan.

2) Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia

Usia	Tanggapan Responden	
	Orang	Persentase (%)
20-35 tahun	30	32
35-45	45	47
Diatas 45 Tahun	20	21
Jumlah	95	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden yang berdasarkan usia, responden yang berumur 20-35 tahun berjumlah 30 responden atau sebesar 32%. Responden yang berumur antara 35-45 tahun berjumlah 45 orang atau sebesar 47%. Responden diatas 45 tahun berjumlah 20 orang atau sebesar 21%.

3) Karakteristik berdasarkan tingkat pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir

Jenis Pendidikan	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
SD	10	11
SMP	25	26
SMA/Sederajat	45	47
S1	15	16
Total	95	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa dari 95 responden yang diteliti maka jumlah responden terbesar yakni SMA/Sederajat berjumlah 45 atau sebesar 47%, 10 orang mempunyai pendidikan terakhir SD atau sebesar 11%, SMP berjumlah 25 orang atau sebesar 26%, dan S1 berjumlah 15 orang atau sebesar

16%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan produk pembiayaan rahn didominasi responden yang berpendidikan SMA/Sederajat.

4) Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Tanggapan Responden	
	Jumlah	Persentase (%)
PNS/TNI/POLRI	4	4
Pegawai Swasta	26	27
Pelajar/mahasiswa	14	15
Wirausaha	28	30
Lain-lain	23	24
Total	95	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas diketahui dari 95 responden menunjukkan bahwa 28 responden dengan pekerjaan Wirausaha dengan persentasi sebesar 30%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan produk pembiayaan rahn didominasi responden dengan pekerjaan sebagai Wirausaha.

3. Uji Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menentukan distribusi data dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan benar untuk membuktikan model penelitian tersebut adalah data yang didistribusikan secara normal. Penelitian ini menggunakan uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual berdistribusi normal atau

tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut.

Tabel 4.5 Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,95174441
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,057
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074 ^c

Sumber : output spss yang diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan metode *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* dapat diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,074, dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau $0,074 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas data pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

2) Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat adakah hubungan yang kuat diantara variabel bebas dalam model regresi berganda. Jika terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas, ini akan mengganggu hubungan antara variabel

bebas dan terikatnya. Uji multikolinieritas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai VIF 10. Adapun hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	11,094	2,109		5,261	,000	
	Promosi	,190	,081	,240	2,338	,022	,783
	pembiayaan rahn	,136	,052	,269	2,620	,010	,783

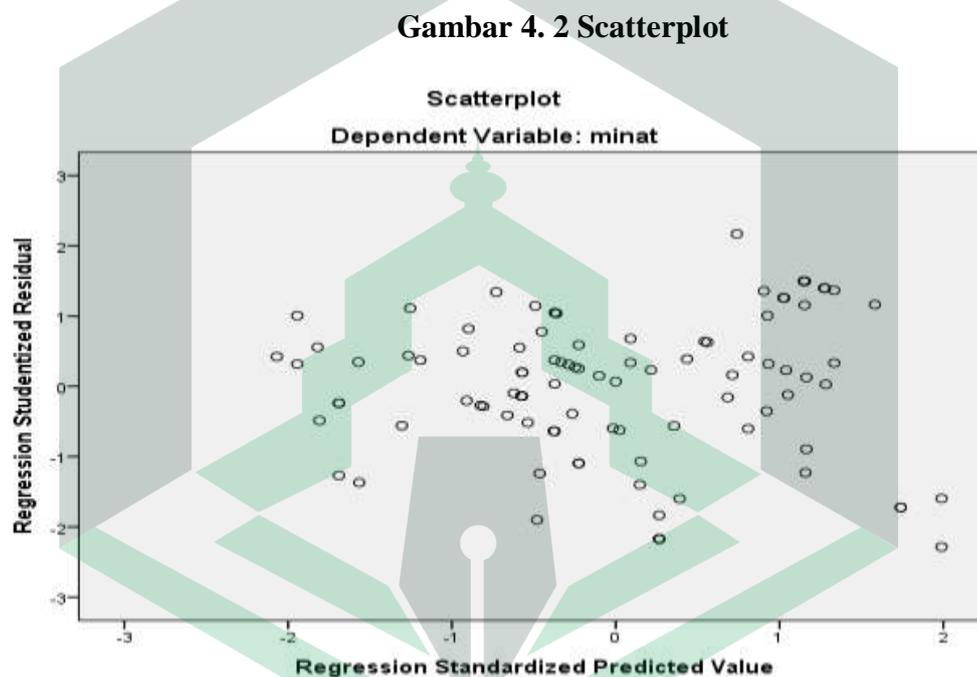
a. Dependent Variable: minat

sumber : output spss yang diolah

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat diperoleh bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel Promosi (X1) sebesar 1,279, dan variabel Pembiayaan Rahn (X2) sebesar 1,279, lebih kecil dari pada 10 atau $1,279 < 10$, dan $1,279 < 10$. Sedangkan nilai *tolerance* pada variabel promosi (X1) sebesar 0,783, dan variabel pembiayaan rahn (X2) sebesar 0,783, lebih besar dari 0,10 atau $0,783 > 0,10$, dan $0,783 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel independen.

3) Uji heterokedastisitas

Data yang baik pada penelitian adalah data yang tidak terjadi heterokedastisitas atau data yang terjadi homoskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini menggunakan metode *scatterplot*. Adapun hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Berdasarkan *output scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa.

- a. Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- b. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpol.

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

b. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda digunakan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Promosi (X_1), Pembiayaan Rahn (X_2), secara persial maupun simultan terhadap Minat nasabah (Y). Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients(a)				
Mode	1	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	11,094	2,109		5,261	,000
	Promosi	,190	,081	,240	2,338	,022
	pembiayaan rahn	,136	,052	,269	2,620	,010

a Dependent Variable: minat

sumber: Output SPSS yang diolah

Dari tabel di atas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 11,094 + 0,190X_1 + 0,136 X_2 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, antara lain:

- a) Nilai konstanta sebesar 11,094 artinya bahwa jika nilai variabel promosi (X_1) dan nilai variabel pembiayaan rahn (X_2) nilainya

sama dengan nol, maka minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah (Y) memiliki nilai 11,094.

- b) Koefisien regresi X1, diperoleh dari nilai (b_1) sebesar 0,190, artinya jika variabel pembiayaan rahn X2 nilainya tetap dan variabel promosi X1 mengalami kenaikan 1% maka minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,190.
- c) Koefisien regresi X2, diperoleh dari nilai (b_2) sebesar 0,136, artinya jika variabel promosi X1 nilainya tetap dan variabel pembiayaan rahn X2 mengalami kenaikan 1% maka minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,136.

Berdasarkan nilai koefisien regresi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah adalah variabel promosi (X_1)

2) Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y). Kriteria uji parsial (uji t) jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk derajat bebas (df) = $n-k-1$ adalah $95-2-1 = 92$. Berdasarkan tabel distribusi “t” diperoleh 1,986. Selain t_{hitung} dapat menggunakan signifikan penelitian $< 0,05$. Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Adapun hasil uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Mode l		Coefficients(a)				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	11,094	2,109		5,261	,000
	Promosi	,190	,081	,240	2,338	,022
	pembiayaan rahn	,136	,052	,269	2,620	,010

a Dependent Variable: minat
sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan pada tabel *Coefficients* ditampilkan hasil uji t yang digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- a) Dari tabel di atas diperoleh nilai t hitung untuk variabel promosi sebesar 2,338, dengan menggunakan tingkat signifikan 0,5 dan $(df) = n-k-1$ adalah $95-2-1 = 92$. Diperoleh nilai t sebesar 1,986. Pada variabel promoai (X_1), karena nilai t hitung $>$ nilai t tabel ($2,338 > 1,986$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,02 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan kata lain promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah Palopo.
- b) Pada variabel pembiayaan rahn (X_2), karena nilai t hitung $>$ nilai t tabel ($2,620 > 1,986$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,01 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima dengan kata lain pembiayaan rahn secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah Palopo.

3) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) bersama-sama pada variabel terikat (Y) berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Berikut hasil uji F:

Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199,115	2	99,558	10,238	,000(a)
	Residual	894,632	92	9,724		
	Total	1093,747	94			

a Predictors: (Constant), pembiayaan rahn, promosi

b Dependent Variable: minat

sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan pada tabel analisis varian (ANOVA) ditampilkan hasil uji F yang dipergunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen (promosi dan pembiayaan rahn) terhadap variabel dependen (minat nasabah) secara simultan (secara bersama-sama). Dari tabel di atas didapat nilai F hitung sebesar 10,238. Dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05, df regression sebesar 2 dan df residual 92, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,09. Karena nilai F hitung > F tabel ($10,238 > 3,09$) dan signifikan < 0,05 ($0,00 < 0,05$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_3 diterima dengan kata lain promosi dan pembiayaan rahn secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah Palopo.

4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk dua variabel bebas digunakan *R Square*.

Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,424	,395	2,986

a. Predictors: (Constant), pembiayaan rahn, promosi

b. Dependent Variable: minat

sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square sebesar 0,424, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel promosi (X1) dan pembiayaan rahn (X2) secara simultan terhadap variabel minat nasabah (Y) adalah sebesar 42,4% sedangkan sisanya sebesar 57,6% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini akan membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian yaitu apakah Promosi dan Pembiayaan Rahn berpengaruh terhadap Minat Nasabah menggunakan jasa Pegadaian Cabang Syariah Luwu. untuk menjawab rumusan masalah penelitian, maka peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data yaitu penyebaran angket atau kuesioner kepada responden dengan sampel yang telah

ditentukan sebanyak 95 sampel. Kemudian data yang telah diperoleh akan di analisis dengan menggunakan bantuan IBM SPSS 22, untuk memudahkan peneliti dalam mengelola data penelitian.

Berdasarkan 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 signifikan antara variabel Promosi (X1) dan Pembiayaan Rahn (X2) terhadap variabel Minat nasabah (Y) menggunakan jasa pegadaian cabang syariah Luwu, dengan hasil penelitian sebagai berikut..

1. Pengaruh Promosi terhadap minat nasabah

Promosi merupakan kegiatan penting bagi setiap perusahaan termasuk pegadaian syariah karena sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak dikenal oleh nasabah maka produk tersebut tidak akan berhasil di pasaran.

Berdasarkan tabel *coefficients* hasil pengujian signifikansi dari variabel Promosi (X1) sebesar 0,02 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,02 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,338 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 atau $2,338 > 1,986$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan kata lain ini menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah Palopo.

Hal ini disebabkan karna promosi yang dilakukan pegadaian syariah cukup luas dimana sekarang instansi tersebut telah bekerjasama dengan perguruan tinggi seperti kampus Institit 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. Dengan semakin tingginya promosi yang dilakukan maka minat nasabah semakin meningkat. Sebagaimana yang dikemukakan Madura keberadaan suatu produk akan diketahui oleh konsumen apabila ditunjang dengan kegiatan pemasaran yang lain yaitu kegiatan promosi. Promosi sebagai tindakan menginformasikan atau mengingatkan pelanggan mengenai suatu produk atau merek tertentu sehingga dapat meningkatkan minat konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Fajri yang menyatakan bahwa variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah, kegiatan promosi yang dilakukan pegadaian menjadi sarana untuk memperkenalkan produk yang dimiliki pegadaian kepada nasabah sehingga nasabah mengenal lebih jauh produk yang ditawarkan pegadaian syariah.

2. Pengaruh Pembiayaan Rahn terhadap Minat Nasabah

Rahn (gadai) adalah menahan barang jaminan yang bersifat materi milik si peminjam (rahin) sebagai jaminan atau pinjaman yang diterimanya, dan barang yang diterima tersebut bernilai ekonomi sehingga pihak yang menahan (murtahin) memperoleh jaminan untuk mengambi kembali seluruh atau sebagian utangnya dari barang gadai dimaksud bila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar utang pada waktu yang ditentukan. Hasil uji analisis memperlihatkan bahwa pembiayaan rahn mempunyai

pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan tabel *coefficients* hasil signifikansi dari variabel Pengaruh Pembiayaan(X2) sebesar 0,01 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,01 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,620 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 atau $2,620 > 1,986$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima dengan kata lain pembiayaan rahn secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah.

Hal ini disebabkan karena akad rahn yang dilakukan dengan baik oleh pegadaian syariah. selain itu banyak nasabah yang memilih untuk menggunakan fasilitas *Rahn* dalam memenuhi pinjamannya karena syarat dan prosedur pencairan dana yang mudah dan cepat dan biaya pemeliharaan yang diberikan cukup rendah untuk nasabah. Hal ini mampu memberikan daya tarik kepada masyarakat untuk menggunakan jasa di pegadaian syariah.

Menurut Nuritomo pembiayaan *rahn* adalah produk jasa gadai dengan akad *rahn* yaitu akad penyerahan harta (*marhum*) dan nasabah (*rahin*) kepada pihak pegadaian syariah (*murtahin*) sebagai jaminan sebagian atau seluruh utang. Menurut Zainuddin dan Jamhari, gadai adalah menyerahkan benda berharga dari satu orang ke orang lain sebagai penguat atau tanggungan dalam utang piutang. *Borg* adalah objek jaminan. Benda sebagai borg akan diambil kembali setelah hutang dibayarkan. Jika waktu pembayaran yang ditentukan telah tiba dan hutang belum dibayar, maka borg ini digunakan

sebagai gantinya, dengan menjual sebagai pembayaran dan jika ada kelebihan, itu dikembalikan kepada orang yang berutang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Depi Riski Amelia, Akad rahn yang dilakukan dengan baik oleh pegadaian dan nasabah akan meningkat minat yang dirasakan oleh nasabah yang meliputi kesigapan melayani nasabah saat ingin melakukan transaksi.

3. Pengaruh promosi dan pembiayaan rahn secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah

Dari perhitungan didapat nilai F hitung sebesar 10,238 dan F tabel sebesar 3,09 karena nilai F hitung > dari F tabel ($10,238 > 3,09$) dan signifikan $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$). maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_3 diterima dengan kata lain promosi dan pembiayaan rahn secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah. Artinya semakin sering pegadaian syariah melakukan promosi maka semakin banyak pula nasabah yang berminat untuk menggunakan jasa dari pegadaian syariah, hal ini ditunjukkan oleh naiknya penggunaan pembiayaan rahn seiring dengan promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah. dan dengan adanya produk unggulan seperti pembiayaan rahn mampu memberikan pengaruh kepada nasabah untuk menggunakan produk lain yang ditawarkan. Hal dilihat dari data yang dikeluarkan oleh pegadaian syariah yang mengalami kenaikan nasabah tiap tahunnya.

BAB V

PENUTUP

A. kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh promosi dan pembiayaan rahn terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian cabang syariah Luwu, maka dapat ditarik kesimpulan jawaban dari rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui uji t variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai hasil signifikansi dari variabel Promosi (X1) sebesar 0,02 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,02 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,338 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 atau $2,338 > 1,986$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan kata lain hal ini menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian cabang syariah Luwu.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui uji t variabel pembiayaan rahn berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk pegadaian syariah, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai hasil signifikansi dari variabel Pengaruh Pembiayaan (X2) sebesar 0,01 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,01 < 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,620 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,986 atau $2,620 > 1,986$. maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima dengan kata lain pembiayaan rahn

secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian cabang syariah Luwu.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis melalui uji F variabel promosi dan pembiayaan rahn berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah, hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai F hitung sebesar 10,238 yang lebih besar dari F tabel yaitu 3,09. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_3 diterima dengan kata lain promosi dan pembiayaan rahn secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian cabang syariah Luwu.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0,424, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel promosi (X1) dan pembiayaan rahn (X2) secara simultan terhadap variabel minat nasabah (Y) adalah sebesar 42,4% sedangkan sisanya sebesar 57,6% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak di masukkan kedalam penelitian ini.

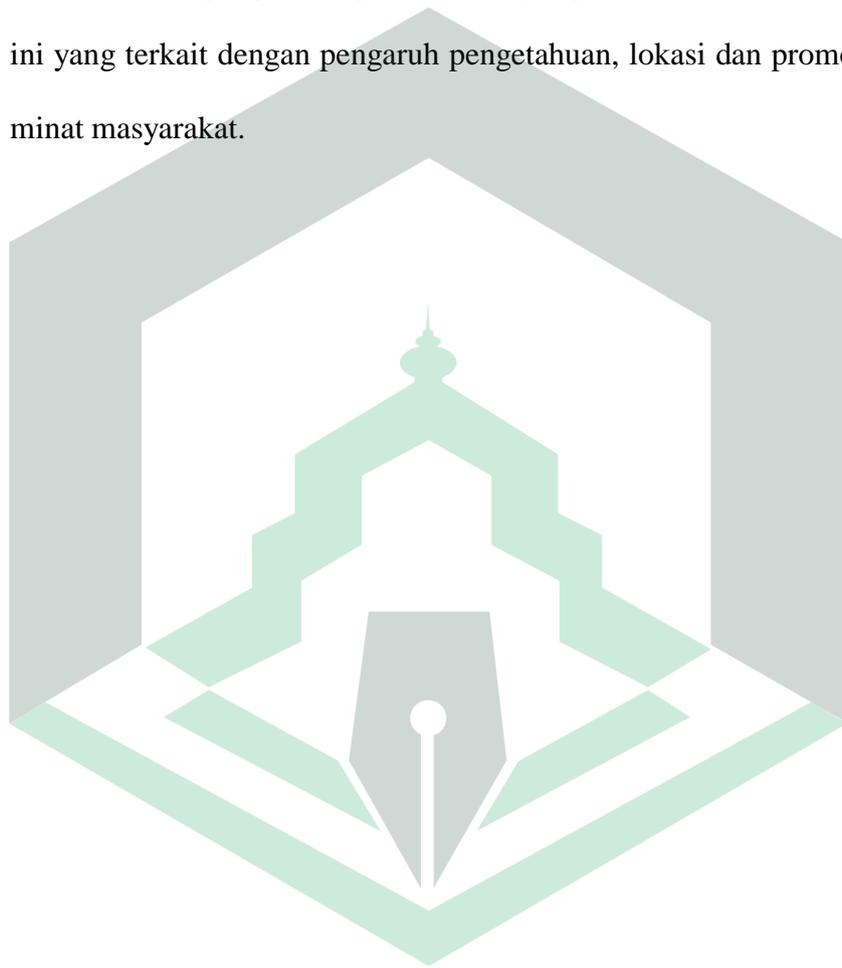
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pegadaian cabang syariah Luwu untuk lebih meningkatkan lagi promosinya sehingga masyarakat luas tahu tentang keberadaan pegadaian syariah tersebut. Serta diharapkan kepada masyarakat

untuk lebih meningkatkan pengetahuan tentang pegadaian syariah sehingga lembaga keuangan syariah menjadi prioritas utama bagi masyarakat.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan sebaiknya ada pengembangan variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini yang terkait dengan pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat.



DAFTAR PUSTAKA

- Afdhila, Galis Kurnia. “Analisis Implementasi Pembiayaan Ar-Rahn (Gadai Syariah) pada Kantor Pegadaian Syariah Cabang Landung sari Malang”. Malang: Universitas Brawijaya, 2015.
- Amelia,Depi Riski. “Pengaruh Pembiayaan Rahn Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian SyariahStudi Kasus Pada Pegadaian Syariah Way Halim Bandar Lampung”. UIN Raden Lampung, 2018.
- Antonio, Muhamaad Syafi’i. *Bank syariah*. Jakarta: Tazkia Institute. 2011.
- Antonio, Muhammad Safii.*Bank Syariah Dari Teori ke Praktek*. Jakarta:Gema Insani Press, 2001.
- Arifin, Atwal dan Husnul Khotimah.“Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta.” seminar nasional dan *call for paper*. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian, suatu pendekatan praktek*. Jakarta; PT. Rineka Cipta, 2002.
- Arni.“Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Palopo”. IAIN Palopo, 2017.
- Azizi, Ulfa. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi dan Risiko Terhadap Kepuasan Nasabah pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa”.Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015.
- Budisantoso, Totok dan Nuritomo.*Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Bukhari, Shahih Abu Abdullah bin Ismail bin Ibrahim Albukhari Alja’fi. *Kitab: Jual Beli, juz 3*, penerbit Darul Fikri, Bairut –Libnon, 1981 M.
- Departemen Agama RI.*Mushaf Al-Qur’an Terjemah*. Edisi 2002 Jakarta: Alhuda Kelompok Gema Insani, 2002.
- Diana, Nana. “Pengaruh Pembiayaan Gadai Emas dan Pembiayaan Ar-Rum Terhadap Perolehan Laba Pegadaian Syariah”. Universitas singaperbangsa karawang, 2016.
- fajri, Nurul. “Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh”. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2018.
- Fajriyah, Neneng. “Pengaruh promosi, reputasi, dan lokasi strategis terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan haji bank mandiri kcp tanggerang bintaro sektor III”. UIN Syarif Hidayatullah, 2013.

- Fasiha. Islamic Finance (konsep dan aplikasi dalam lembaga keuangan syariah. Cet. I, Palopo: Laskar perubahan, 2016.
- Ghifari, Ahmad. 1 november 2019, Bisnis Pembiayaan Produk Syariah Pegadaian meningkat 44,1%, diakses pada 27/12/2019.
- Hadi, Muhammad Sholikul. Pegadaian Syari'ah. Jakarta: Salemba Diniyah, 2003.
- Hadijah, Siti. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (Kcps) Denpasar. Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi, Vol. 5. No.1. 2015.
- Ismail. Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana, 2011.
- Kartajaya, Hermawan dan Muahammad Syakir Sula, Syari'ah Marketing. Jakarta: Mizan, 2006.
- Kasmir. Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2013.
- Kinasih dan Suhermin. Pengaruh Produk, Promosi dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Matahari Departemen Store Royal Plasa Surabaya). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4. No.2. 2014.
- Kosasih dan Liu. Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Populer Bakery. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa, Vol. 3. No. 2. 2015.
- Kurniawan, Anggoro Dwi. "Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Kedai Amarta Semarang". Universitas diponegoro Semarang, 2012.
- Luru, Palata. Pengaruh tingkat suku bunga, promosi dan lokasi terhadap peningkatan omzet pada perum pegadaian cabang poso. Jurnal Ekonomi Manajemen Vol. 13 no. 2-September 2013.
- Maimunah, Siti. "Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang." IAIN Walisongo, 2017.
- Nugroho JSetiadi. Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran). Cet. I ; Jakarta: Kencana, 2003.
- Pegadaian. Laporan Kinerja Tahunan, <https://www.pegadaian.co.id/2020/12/10>.
- Prasetyo, Muhammad Noor. Pengaruh Produk (Rahn) Terhadap keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah di Kota Serang, UIN Sultan Maulana Hasanuddin. 2017.
- Pratiwi, Noor Komari. "Pengaruh Tingkat Pendidikan, Perhatian Orang Tua, Dan Minat Belajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa SMK Kesehatan Di Kota Tangerang". jurnal pujangga Vol 1, No 2, Tangerang : 2015.

- Priyatno, Duwi. Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: ANDI, 2012.
- Rahmat, Abdul. Pengaruh produk gadai emas terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri cabang pembantu kota palopo. IAIN Palopo, 2013.
- Rivai, Veithzal dan Arfian Arifin. Islamic Banking. Jakarta: PT. Bumi aksara, 2010.
- Rukmanasari, Feti. “pengaruh pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah”. Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2017.
- S, Burhanuddin. aspek hukum lembaga keuangan syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Sari dan Sudardjat. Persepsi Masyarakat Tentang Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1. No. 2. 2003
- Setyawan, Yohana Neysa dan Edwin Japarianto, Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya, Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 2. Surabaya. 2014.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Cet. Ke-6, Bandung: ALFABETA, cv, 2011.
- Suliyanto. Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI Publisher, 2011.
- Sutedi, Adrian. hukum gadai syariah. Bandung: alfabeta, 2011.
- Swastha, Bayu dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty, 2008.

L

A

M

P

I

R

A

N



KUESIONER/ANGKET

Kepada Yth.
Bapak/Ibu, /Saudara/i
Di Pegadaian Syariah Luwu

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan Hormat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anzal
NIM : 16 0402 0043
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Memohon kesedian Bapak/Ibu, Saudara/i agar dapat meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sesungguhnya tanpa beban apapun, sehingga dapat membantu melengkapi data yang sangat saya butuhkan. Adapun pernyataan ini saya buat dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Pada PT Pegadaian Cabang Syariah Luwu”**.

Seluruh informasi yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini bersiat akademis, sehingga kerahasiaan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan akan terjaga. Demikian permohonan saya, atas kesedian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih. Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

Anzal

KUESIONER/ANGKET

Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu

A. Identitas Responden

Isilah data kuesioner, berilah tanda silang (X) Pada jawaban yang tersedia:

1. Nama :

2. Jeniskelamin

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

3. Agama

- a. Islam
- b. Lain-lain

4. Usia Responden

- a. 25 – 35 tahun
- b. 36 – 45 tahun
- c. Diatas 45 tahun

5. Pendidikan terakhir

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA/ sederajat
- d. S1

6. Pekerjaan

- a. PNS/TNI/POLRI
- b. Pegawai Swasta
- c. Pelajar/Mahasiswa
- d. Wirausaha
- e. Lain-lain....

B. Petunjuk Kuesioner Angket

Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (√) dari pertanyaan/pernyataan di bawah ini:

- | | | |
|-----|----------------------|-----|
| SS | : Sangatsetuju | (5) |
| S | : Setuju | (4) |
| N | : Netral/Ragu-ragu | (3) |
| TS | : Tidaksetuju | (2) |
| STS | : Sangat tidaksetuju | (1) |

Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor.

PROMOSI						
A. Periklanan						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pegadaian Syariah melakukan promosi melalui iklan di internet seperti di media sosial dan <i>website</i>					
2.	Adanya brosur produk pembiayaan rahn yang disediakan di Pegadaian Syariah					
B. Promosi Penjualan						
3.	Costumer service officer menawarkan secara langsung kepada saya tentang produk-produk pegadaian syariah					
C. Publisitas						
4.	Pegadaian syariah mengikuti kegiatan disaat event-event tertentu di masyarakat					
5.	Public relation officer membantu saya untuk menggunakan produk yang benar-benar saya butuhkan					
D. Penjualan Pribadi						
6.	Informasi yang saya dapatkan mengarahkan saya untuk menggunakan salah satu produk					
7.	Saya mengetahui dan tertarik memilih produk gadai karena promosi secara langsung yang dilakukan oleh pegadaian syariah					

PEMBIAYAAN RAHN

A. Akad Rahn

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membaca perjanjian akad rahn terhadap pembiayaan rahn di pegadaian syariah					
2.	Saya mengetahui isi perjanjian akad rahn terhadap pembiayaan rahn di pegadaian syariah					
3.	Saya mengerti isi perjanjian akad rahn terhadap pembiayaan rahn di pegadaian syariah					

B. Barang Jaminan Bergerak Dan Tidak Bergerak

4.	Saya memilih pegadaian syariah luwu karena dapat menggadaikan barang jaminan bergerak dan tidak bergerak					
5.	Barang jaminan yang diterima oleh pegadaian syariah tidak hanya emas					
6.	Saya memilih pegadaian syariah karena bertanggung jawab apabila terjadi kehilangan barang jaminan					

C. Biaya Pemeliharaan

7.	Saya memilih pegadaian syariah karena biaya pemeliharaannya murah/rendah					
8.	Biaya pemeliharaan syariah sama dengan pemeliharaan konvensional					
9.	Saya puas dengan pemeliharaan barang jaminan yang di simpan dengan baik di pegadaian syariah					

D. Sisa Barang Jaminan Yang Dikembalikan

10	Pegadaian syariah akan melakukan lelang apabila barang jaminantidak ditebus					
11	Saya mengetahui bahwa pegadaian syariah akan mengembalikan sisa dari pinjaman apabila barang jaminan tidak ditebus					

MINAT						
A. Faktor Dari Dalam Diri Individu						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berminat menggunakan jasa Pegadaian Syariah karena keinginan diri sendiri yaitu dapat mengatasi masalah dengan cepat, mudah dan tidak berbelit-belit					
2.	Saya berminat mengambil pinjaman di pegadaian syariah karena bunga pinjaman relative rendah					
B. Faktor Motif Sosial						
3.	Saya berminat menggunakan jasa Pegadaian Syariah karena untuk memenuhi kebutuhan produktif maupun konsumtif dalam kehidupan sehari-hari					
4.	Saya berminat menggunakan jasa pegadaian syariah karena informasi yang saya dapatkan memenuhi kebutuhan financial saya					
C. Faktor Emosional Atau Perasaan						
5.	Saya berminat menggunakan jasa Pegadaian Syariah karena selama bertransaksi sangat memuaskan					
6.	Saya berminat mengambil pinjaman di pegadaian syariah karena aman dan terpercaya					

HASIL KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Promosi Dan Pembiayaan Rahn Terhadap Minat Nasabah
Memilih Produk Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Luwu

no	Data Responden																										
	Promosi								Pembiayaan Rahn											Minat							
	1	2	3	4	5	6	7	X1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	X2	1	2	3	4	5	6	Y
1	2	3	4	2	3	1	2	17	2	1	5	4	1	3	4	4	3	4	1	32	3	4	2	3	4	3	19
2	2	2	1	2	2	1	3	13	1	2	4	2	4	1	2	2	3	2	1	24	3	4	3	1	4	3	18
3	5	5	4	3	4	3	4	28	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	52	4	4	3	5	4	4	24
4	5	5	3	2	3	2	4	24	1	2	4	4	4	2	4	5	4	5	3	38	4	4	2	3	4	4	21
5	4	4	3	1	1	4	3	20	4	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	49	2	3	4	4	3	4	20
6	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	53	4	3	4	5	3	5	24
7	4	4	5	4	3	4	2	26	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	51	4	5	5	4	5	5	28
8	4	4	2	3	2	3	2	20	4	2	4	2	4	2	2	4	3	4	2	33	4	5	2	2	5	3	21
9	5	5	4	3	4	3	4	28	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	27	4	3	2	3	3	2	17
10	1	3	2	1	2	3	2	14	2	1	3	3	4	2	3	4	4	4	1	31	4	5	2	3	4	4	22
11	4	4	5	3	5	3	5	29	3	2	5	4	2	1	4	1	3	1	5	31	1	2	2	1	4	3	13
12	5	5	4	2	4	5	4	29	1	4	3	4	3	3	4	5	3	5	4	39	4	3	4	3	3	3	20
13	4	4	3	4	3	2	4	24	4	5	4	4	3	2	4	2	2	5	5	40	3	2	3	4	3	2	17
14	3	3	3	3	3	4	4	23	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	40	3	1	1	4	2	4	15
15	2	2	1	1	3	1	4	14	1	4	2	3	4	5	3	5	4	4	5	40	4	5	5	5	5	4	28
16	2	3	4	5	3	1	2	20	2	3	3	4	1	3	4	4	3	4	1	32	3	4	2	4	4	3	20
17	2	2	1	4	2	1	3	15	1	3	1	2	4	1	2	2	3	3	1	23	3	4	3	4	4	3	21
18	5	5	4	4	4	3	4	29	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	51	4	4	3	3	4	4	22
19	4	4	4	4	5	5	4	30	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53	4	3	4	4	3	5	23
20	4	4	5	3	3	4	2	25	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	48	4	5	5	3	5	5	27
21	4	4	2	5	2	3	2	22	4	5	3	2	4	2	2	4	3	3	2	34	4	5	2	4	5	3	23
22	4	4	5	5	5	3	5	31	3	5	4	4	2	1	4	1	3	3	5	35	3	2	2	2	4	3	16
23	5	5	4	4	4	5	4	31	1	3	3	4	3	3	4	5	3	5	4	38	4	3	4	3	3	3	20
24	4	4	3	3	3	2	4	23	4	2	4	4	3	2	4	2	2	2	5	34	3	2	3	1	3	2	14
25	3	3	3	3	3	4	4	23	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	40	4	1	1	4	2	4	16
26	2	3	4	5	3	1	2	20	2	3	3	4	1	3	4	4	3	4	1	32	2	4	2	3	4	3	18
27	2	2	1	2	2	1	3	13	1	2	1	2	4	1	2	2	3	2	1	21	3	4	3	1	4	3	18
28	5	5	4	3	4	3	4	28	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	52	1	4	3	5	4	4	21
29	5	5	3	2	3	2	4	24	1	2	3	4	4	2	4	5	4	5	3	37	4	4	2	3	4	4	21
30	4	4	3	1	1	4	3	20	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	51	3	3	4	4	3	4	21
31	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52	4	3	4	5	3	5	24
32	4	4	5	4	3	4	2	26	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	50	4	5	5	4	5	5	28
33	4	4	2	3	2	3	2	20	4	2	3	2	4	2	2	4	3	4	2	32	4	5	2	2	5	3	21
34	5	5	4	3	4	3	4	28	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	26	4	3	2	3	3	2	17
35	1	3	2	1	2	3	2	14	2	1	2	3	4	2	3	4	4	4	1	30	4	5	2	3	4	4	22
36	4	4	5	3	5	3	5	29	3	2	4	4	2	1	4	1	3	1	5	30	1	2	2	1	4	3	13
37	5	5	4	2	4	5	4	29	1	4	3	4	3	3	4	5	3	5	4	39	4	3	4	3	3	3	20

38	4	4	3	4	3	2	4	24	4	5	4	4	3	2	4	2	2	2	5	37	3	2	3	4	3	2	17
39	3	3	3	3	3	4	4	23	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	40	3	1	1	4	2	4	15
40	2	2	1	1	3	1	4	14	1	3	2	5	4	5	3	5	4	5	5	42	4	5	5	5	5	4	28
41	2	3	4	2	3	1	2	17	2	1	3	4	1	3	4	4	3	4	1	30	3	4	2	3	4	3	19
42	2	2	1	2	2	1	3	13	1	2	1	4	4	1	2	2	3	2	1	23	3	4	3	1	4	3	18
43	5	5	4	3	4	3	4	28	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	51	4	4	3	5	4	4	24
44	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	4	5	3	5	24
45	4	4	5	4	3	4	2	26	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	50	4	5	5	4	5	5	28
46	4	4	2	3	2	3	2	20	4	2	3	5	4	2	2	4	3	4	2	35	4	5	2	2	5	3	21
47	4	4	5	3	5	3	5	29	3	2	4	4	2	1	4	1	3	1	5	30	4	2	2	1	4	3	16
48	5	5	4	2	4	4	4	28	1	4	3	3	3	3	4	5	3	5	4	38	3	3	4	3	3	3	19
49	4	4	3	4	5	4	4	28	4	5	4	3	3	2	4	2	2	2	5	36	4	2	3	4	3	2	18
50	4	4	5	4	4	3	2	26	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	50	3	5	5	4	5	5	27
51	4	4	2	3	4	4	2	23	4	2	3	2	4	2	2	4	3	4	2	32	4	5	2	4	5	3	23
52	4	4	5	3	4	3	5	28	3	2	4	4	2	1	4	1	3	1	5	30	2	4	2	3	4	3	18
53	5	5	4	2	3	4	4	27	1	4	3	4	3	3	4	5	3	5	4	39	3	4	4	4	3	3	21
54	4	4	3	4	5	2	4	26	4	5	4	4	3	2	4	2	2	2	5	37	1	4	3	3	3	2	16
55	4	3	3	3	5	3	4	25	3	4	2	5	2	4	4	4	4	4	5	41	4	3	1	4	2	4	18
56	4	3	4	2	4	1	2	20	2	1	3	4	1	3	4	4	3	4	1	30	3	5	2	2	4	3	19
57	3	2	1	2	3	4	3	18	1	2	1	4	4	1	2	2	3	2	1	23	3	5	3	3	4	3	21
58	5	5	4	3	3	3	4	27	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	51	4	4	3	1	4	4	20
59	5	5	3	2	5	2	4	26	1	2	3	3	4	2	4	5	4	5	3	36	4	3	2	4	4	4	21
60	4	4	3	1	1	4	3	20	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	51	2	3	4	3	3	4	19
61	3	4	4	5	5	5	4	30	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52	4	5	4	5	3	5	26
62	3	4	5	4	3	4	2	25	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	49	4	5	5	4	5	5	28
63	5	4	2	3	2	3	2	21	4	2	3	3	4	2	2	4	3	4	2	33	4	5	4	2	5	3	23
64	5	5	4	3	4	3	4	28	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	27	4	3	4	3	3	2	19
65	1	3	2	1	2	3	2	14	2	4	2	5	4	2	3	4	4	4	1	35	4	5	3	3	4	4	23
66	4	4	5	3	5	3	5	29	3	2	4	4	2	1	4	5	3	1	5	34	5	2	4	1	4	3	19
67	5	5	4	2	4	5	4	29	1	5	3	4	3	3	4	4	3	5	4	39	4	3	3	3	3	3	19
68	4	4	3	4	3	2	4	24	4	5	4	4	3	2	4	4	2	2	5	39	4	2	4	4	3	2	19
69	3	3	3	3	3	4	4	23	3	5	2	4	2	4	4	4	4	4	5	41	4	1	2	4	2	4	17
70	2	2	1	1	3	1	4	14	1	5	2	3	4	5	3	3	4	5	5	40	3	5	3	5	5	4	25
71	2	3	4	2	3	1	2	17	2	5	3	4	1	3	4	5	3	4	1	35	5	4	1	3	4	3	20
72	2	2	1	2	2	1	3	13	1	4	1	2	4	1	2	5	3	2	1	26	5	4	4	1	4	3	21
73	5	5	4	3	4	3	4	28	4	5	4	5	1	5	5	4	4	5	5	47	4	4	3	5	4	4	24
74	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	4	5	4	5	5	3	5	5	5	49	3	3	4	5	3	5	23
75	4	4	5	4	3	4	2	26	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	48	3	5	5	4	5	5	27
76	5	5	3	2	3	2	4	24	1	2	3	4	4	2	4	5	4	5	3	37	5	4	2	3	4	4	22
77	4	4	3	1	1	4	3	20	4	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	49	2	3	4	4	3	4	20
78	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	51	4	3	4	3	3	5	22
79	4	4	5	4	3	4	2	26	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	49	4	5	5	3	5	5	27
80	4	4	2	3	2	3	2	20	4	2	3	2	4	2	2	4	3	4	2	32	4	5	2	4	5	3	23
81	5	5	4	3	4	3	4	28	3	4	2	2	4	2	2	2	2	2	3	28	4	3	2	4	3	2	18

82	1	3	2	1	2	3	2	14	2	1	2	3	4	2	3	4	4	4	1	30	4	5	2	4	4	4	23
83	4	4	5	3	5	3	5	29	3	2	4	4	2	1	4	1	3	1	5	30	1	2	2	4	4	3	16
84	5	5	4	4	4	5	4	31	1	4	3	4	3	3	4	5	3	5	4	39	4	3	4	1	3	3	18
85	4	4	3	4	3	2	4	24	4	5	4	4	3	2	4	2	2	2	5	37	3	2	3	4	3	2	17
86	3	3	3	3	3	4	4	23	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	5	40	3	1	1	4	2	4	15
87	2	2	4	3	3	1	4	19	1	3	2	3	4	5	3	5	4	5	5	40	4	5	5	5	5	5	29
88	2	5	4	2	3	1	2	19	2	2	3	4	1	3	4	4	3	4	1	31	3	4	2	3	4	2	18
89	2	4	2	2	2	1	3	16	1	2	1	2	4	1	2	2	3	2	1	21	3	4	3	1	4	4	19
90	5	4	4	3	4	3	4	27	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	52	4	4	3	5	4	4	24
91	4	4	4	5	5	5	4	31	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52	4	3	4	5	3	2	21
92	4	3	5	4	3	4	2	25	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	50	4	5	5	4	5	5	28
93	4	5	2	3	2	3	2	21	4	2	3	2	4	2	2	4	3	4	2	32	4	5	2	2	5	5	23
94	4	5	5	3	5	3	5	30	3	2	4	4	2	1	4	1	3	1	5	30	1	2	2	1	4	5	15
95	5	4	4	2	4	5	4	28	1	4	3	4	3	3	4	5	3	5	4	39	4	3	4	3	3	5	22

UJI ANALISIS DATA

Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,95174441
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,057
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,074 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

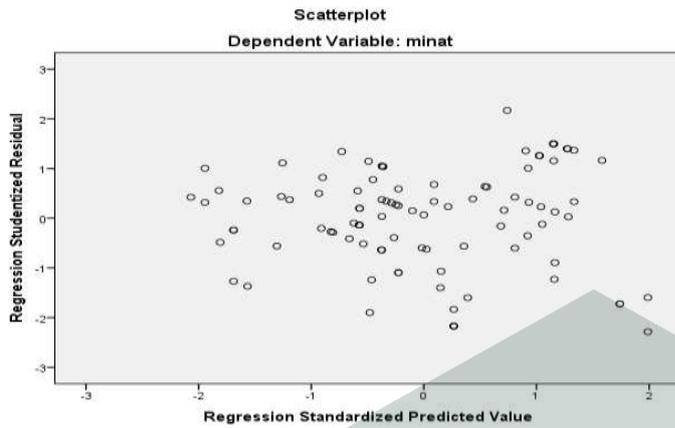
b. Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,094	2,109		5,261	,000		
	Promosi	,190	,081	,240	2,338	,022	,783	1,279
	pembiayaan rahn	,136	,052	,269	2,620	,010	,783	1,279

a. Dependent Variable: minat

c. Uji heterokedastisitas



Uji Hipotesis

a. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11,094	2,109		5,261	,000
Promosi	,190	,081	,240	2,338	,022
pembiayaan rahn	,136	,052	,269	2,620	,010

a. Dependent Variable: minat

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199,115	2	99,558	10,238	,000 ^b
	Residual	894,632	92	9,724		
	Total	1093,747	94			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), pembiayaan rahn, promosi

c. Uji R2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,655 ^a	,424	,395	2,986

a. Predictors: (Constant), pembiayaan rahn, promosi

b. Dependent Variable: minat

RIWAYAT HIDUP



Anzal, lahir di Tolada pada tanggal 07 Agustus 1998. Penulis merupakan anak empat dari sembilan bersaudara dari pasangan ayah yang bernama M.saleh dan ibu bernama Nurbaya. Saat ini, penulis bertempat tinggal di Jl. Andi PangerangKel. Pattene Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di MI Nurul Hikma Tolada. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di MTS As'adiyah Tolada hingga tahun 2013. Pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di SMA NEGERI 1 Malangke hingga tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan S1 di program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Pada saat menempuh pendidikan S1, penulis aktif mengikuti organisasi anggota keislaman Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Perbankan Syariah. Dan juga aktif di UKM pencak Silat IAIN Palopo sebagai wakil Ketua pada Periode 2019-2020.

Contact Person Penulis : anzalzzz4@gmail.com

