

**PENGARUH PENGETAHUAN, PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
PEGADAIAN SYARIAH KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) 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**

2023

**PENGARUH PENGETAHUAN, PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
PEGADAIAN SYARIAH KOTA PALOPO**

Skripsi

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



1. Ilham, S.Ag., M.A
2. Mujahidin, Lc., M.E.I

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

2023

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eka Junita

Nim : 16 0402 0191

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah Syariah

Judul : "Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Pegadaian Syariah"

Menyatakan dengan ini bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan plagiasi atau dipublikasikan dari karya orang lain yang saya ambil sebagai hasil tulisan ataupun karya sendiri.
2. Seluruh isi dari skripsi ini adalah karya saya sendiri dan kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang terdapat dalamnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

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

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipertanggungjawabkan sebagaimana mestinya.

Palopo, 1 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Eka Junita

NIM. 16 0402 0191

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Lokasi terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo yang di tulis oleh Eka Junita Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0191, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa tanggal 15 Agustus 2023 Miladiyah bertepatan dengan 28 Muharram 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi(SE).

no, 03 Oktober 2023

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang
2. Hendra Safri, S.Pd., M.Pd. Penguji I
3. Akbar Sabani, S.Pd., M.Pd. Penguji II
4. Ilham, S.Ag., M.A. Pembimbing I
5. Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I. Pembimbing II



Mengetahui

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

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M
NIP 19891207 201903 1 005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى أَهْلِ الْهَيْوَاتِ
أَجْمَعِينَ أَمَا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan Shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terkhusus untuk kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibunda Jumsia dan ayahanda Arpa yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor I, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor II, Dr. Mustaming, S.Ag. selaku Wakil Rektor III. Yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Fasiha, S.E., M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang

Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah banyak memberikan motivasi dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perbankan Syariah.
4. Dr. Rahmawati M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Ilham, S.Ag., Ma. Dan Mujahidin, Lc., M.E.I selaku pembimbing I dan II yang senantiasa memberikan arahan, nasehat dan membimbing dengan tulus, serta memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Asisten Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah memberikan ilmu pengetahuan, dan mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo, serta memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madenang, S.Ag., M.Ag., beserta staff yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelar S.E.
8. Kepada Pimpinan Cabang Pegadaian Syariah Kota Palopo Bapak Recky Rendy Derozari S.E beserta karyawannya yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian, Serta terima kasih juga penulis ucapkan kepada nasabah pegadaian syariah yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian ini.
9. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas PBS B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.

10. Kepada Salmiati S.Ali, S.Sos., M.Pd, Hamkah, Diah Islamiati, Ayu Tazkia Habil, Dewi Puspita dan Faisal Tanjung yang telah banyak membantu dalam penelitian, selalu memberikan dorongan, memotivasi, memberi masukan, dan memberikan semangat kepada penulis, sejak di bangku perkuliahan hingga pada tahap penyelesaian skripsi.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo, 1 Februari 2023

Eka Junita



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''	S	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	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	Şad	Ş	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	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
◌َ	<i>Fathah</i>	A	A
◌ِ	<i>kasrah</i>	I	I
◌ُ	<i>dammah</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
◌َئِ	<i>fathah dan yā</i>	Ai	a dan i
◌َؤِ	<i>fathah dan wau</i>	Iu	a dan u

Contoh :

كَيْفَ
هَوَّلَ

:kaifa

:hauula

3. Maddah

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

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
◌َ . . .	<i>Fathah dan alif atau yā</i>	Ā	a dan garis di atas

ي . . .

ي,	<i>Kasrah</i> dan <i>yā</i>	ī	i dan garis di atas
ؤ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

م ت : māta

ر م : rāmā

ي : qīla

ل ر : yamūtu

ق

ي

ي ت م و

4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua, yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkantā' *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 الْفَادِلَةُ	: <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 tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعْم	: <i>nu'ima</i>
عُدُو	: <i>'aduwwun</i>

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

Contoh:

عَلِيٌّ	: <i>Alī</i> (bukan <i>Aliyy</i> atau <i>A'ly</i>)
عَرَبِيٌّ	: <i>Arabī</i> (bukan <i>A'rabiyy</i> atau <i>Arabi</i>)

6. Kata Sandang

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

Contoh :

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

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'*
سَيِّئَةٌ : *syai'un*
أَمْرٌ : *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'in al-Nawāwī Risālah fi
Ri'āyah al-Maslahah*

9. Lafz al-Jalālah

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

Contoh:

دِينُ اللَّهِ بِاللَّهِ
dīnullāh billāh

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

Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

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

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahrū Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūft

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 harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

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

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

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	v
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR AYAT	xv
DAFTAR HADITS	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan teori	10
C. Kerangka Fikir	24
D. Hipotesis penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Jenis Penelitian	27
B. Lokasi Penelitian	27
C. Defenisi Oprasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel	29
E. Instrumen Penelitian	30
F. Teknik Pengumpulan Data	33
G. Teknik Analisis Data	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
A. Hasil	38
B. Pembahasan	55

BAB V	PENUTUP.....	60
	A. Kesimpulan.....	60
	B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS. Al-Baqarah/2:283 11



DAFTAR HADIST

Hadist tentang gadai 12



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	28
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Pernyataan	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4.3 Uji Normalitas	46
Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.5 Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.6 Uji Regresi Berganda.....	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial/Uji T	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan/Uji F	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi/Uji R ²	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Palopo	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 4 Nota Dinas Tim Verifikasi
- Lampiran 5 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 Dokumentasi Nasabah
- Lampiran 7 Riwayat Hidup



ABSTRAK

EKA JUNITA , 2023. “Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ilham dan Mujahidin.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan, pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu 5.580 nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability sampel* dengan metode *convenience sampling*, sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui pembagian angket/kuesioner kepada responden. Selanjutnya, teknik pengelolaan dan analisis data menggunakan analisis data kuantitatif dengan bantuan program SPSS 25. Adapun tahapan dalam teknik pengelolaan dan analisis data yaitu uji kualitas instrumen penelitian yaitu *uji validitas* dan *uji reliabilitas*. Selanjutnya, akan dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji *normalitas*, *multikolinieritas*, dan *heterokedastisitas*. Kemudian Penelitian ini akan menggunakan teknik analisis uji regresi linear berganda. Hasil uji secara parsial pada variabel Pengetahuan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,839 > 1,984$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$, variabel Pelayanan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,045 > 1,984$) dan signifikansi $0,000 < 0,05$ dan variabel Lokasi nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,837 > 1,984$) dan signifikansi $0,006 < 0,05$, jadi variabel pengetahuan, pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah. Sedangkan hasil pengujian secara simultan, nilai F hitung sebesar 135,564 dan F tabel sebesar 2,70. Karena nilai F hitung $>$ dari F tabel dan besarnya signifikansi $0,000 < 0,05$, maka variabel independen (Pengetahuan, Pelayanan dan Lokasi) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah). Implikasi dalam penelitian ini yakni dapat menambah pengetahuan dan sumber informasi tentang pengaruh minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah.

Kata Kunci: Lokasi, Minat Nasabah, Pelayanan, dan Pengetahuan.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama islam. Kondisi ini dapat membuka peluang bagi perusahaan atau unit instansi dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah. Pada era globalisasi sekarang ini persaingan antar lembaga keuangan sangat ketat untuk membangun perekonomian indonesia, baik dari berbagai produk yang ditawarkan oleh lembaga-lembaga keuangan untuk meningkatkan minat seseorang agar ikut berperan dalam kegiatan lembaga keuangan tersebut.

Lembaga keuangan syariah sangat diperlukan dalam perekonomian Indonesia saat ini, dimana lembaga keuangan syariah tersebut merupakan lembaga mediator antara kelompok masyarakat yang kelebihan dana dengan kelompok masyarakat yang memerlukan dana. Keberadaan lembaga keuangan syariah ini dapat membantu masyarakat dalam mengatasi permasalahan hidup mengenai keuangan, atau dalam jangka panjang dapat meningkatkan taraf hidupnya. Lembaga keuangan syariah di Indonesia terdiri dari lembaga keuangan bank dan non bank¹. Terkait dengan lembaga keuangan non bank, yaitu pegadaian di tengah-tengah masyarakat sangatlah penting untuk membantu masyarakat dalam mengurangi beban pemerintah dalam menjaga kestabilan perekonomian negara.

¹ Wirdayani Wahab, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru, *Jurnal lembaga keuangan dan Perbankan*, Vol 1 No 2. 2017:27.

Di Indonesia peran pegadaian sangat berkontribusi, jadi dengan demikian kita dapat menjumpai pegadaian di mana-mana, bagi masyarakat Indonesia pegadaian sudah tidak asing lagi, hal ini disebabkan karena peranan pegadaian dalam menyelamatkan masyarakat dari rentenir yang sangat memberatkan masyarakat dalam memperoleh kredit dan modal. Seperti lembaga ekonomi lainnya, pegadaian adalah salah satu bentuk persekutuan yang melakukan kegiatan di bidang ekonomi².

Pegadaian syariah sebagai sistem alternatif, merupakan bagian dari badan hukum yang telah berlaku sekarang ini. Pegadaian syariah adalah salah satu unit layanan syariah yang dilaksanakan Perum Pegadaian selain layanan unit konvensional. Pendirian unit syariah berdasarkan akad musyarakah dengan sistem bagi hasil antara Perum Pegadaian dan Bank Muamalat Indonesia (BMI) dengan tujuan melayani nasabah yang ingin memanfaatkan jasa layanan gadai berdasarkan prinsip syariah. Dalam perjanjian No.446/SP300.233/2002 dan No.015/BMI/PKS/XII/2002 tertanggal 20 Desember 2002, BMI memberikan modal (pembiayaan) bagi pendirian Pegadaian Syariah di seluruh Indonesia. Sedangkan Perum Pegadaian merupakan pihak yang menjalankannya, mulai dari mempersiapkan SDM/pegawai, manajemen, dan kegiatan operasional lainnya.³

Produk yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah ini memiliki karakteristik seperti, tidak menetapkan bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menjadikan uang sebagai alat tukar bukan komoditas yang diperdagangkan, dan

² Fitriani Nasir, Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Rahn Pada kantor PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng, *Skripsi Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2018: 2.*

³ Burhanuddin S, *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 175

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 jumlah pinjaman. Hal inilah yang menjadi daya tarik dari Pegadaian Syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan Pegadaian Syariah.⁴

Menurut Sari dan Sudrajat faktor penyebab rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa pegadaian ini, diduga karena faktor minimnya pengetahuan masyarakat atas produk yang ditawarkan oleh pihak manajemen perusahaan⁵. Menurut Ratih Hurriyati Pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang disimpan dalam ingatan konsumen⁶. Oleh karena itu pengetahuan merupakan faktor penting bagi seseorang dalam menentukan pilihan mengenai berbagai hal, dalam hal ini termasuk mengambil keputusan untuk menggunakan lembaga keuangan.

Dalam memilih lembaga pegadaian, nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan fakto-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan layanan pegadaian. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan pegadaian yakni kualitas pelayanan. Menurut Indah Apriani kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian masyarakat terhadap tingkat

⁴ Sitti Hadija, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian Syariah (KCPS) Denpasar. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol.1 No.3.

⁵ Sari dan Sudrajat. Presepsi Masyarakat Tentang gadai emas di pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.1. No.2.

⁶ Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen (Bandung: CV. Alfabeta, 2005), 85.

pelayanan yang diterima dan tingkat pelayanan yang diharapkan⁷. Dengan kualitas pelayanan yang baik dalam perusahaan akan menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya⁸.

Faktor lokasi juga dapat mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan pegadaian syariah. Dalam penelitian Lupiyoadi, mengatakan bahwa lokasi lingkungan yang taktis dalam memberikan jasa terhadap para klien⁹. Sedangkan menurut Maghfirah dan Nurdin dalam penelitiannya mengatakan bahwa lokasi yang strategis merupakan alasan nasabah dalam menggunakan pegadaian syariah¹⁰. Nasabah seringkali memikirkan lokasi sebelum mengambil keputusan dalam menggunakan jasa. Oleh sebab itu lokasi usaha merupakan hal yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah.

Berdasarkan uraian di atas yang menjadi latar belakang permasalahannya ialah kondisi persaingan antar lembaga keuangan, dimana semakin banyak lembaga keuangan khususnya perbankan yang menawarkan produk yang sama yaitu gadai. Dengan penduduk kota palopo yang mayoritas muslim, seharusnya menjadikan pegadaian syariah sebagai pilihan alternatif apalagi pegadaian yang berbasis syariah di kota palopo hanya ada satu. Untuk menghadapi persaingan yang cukup ketat pegadaian syariah perlu melakukan

⁷ Indah Apriani, Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sultan Thaha Saifuddin Jambi 2022.

⁸ Indah Apriani, Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sultan Thaha Saifuddin Jambi 2022.

⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat 2018), 80.

¹⁰ Laili Maghfirah dan Ridwan Nurdin, Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Profuk *Rahn* Pada Pegadaian Syariah (Studi kasus Kantor Pusat Pegadaian Syariah kota banda Aceh) *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol 1 Nomor 1, 2019, 123.

upaya untuk meningkatkan strategi yang baik guna meningkatkan minat nasabahnya yaitu dengan meningkatkan pengetahuan nasabahnya tentang produk-produk pegadaian syariah dan memberikan pelayanan yang terbaik serta pemilihan lokasi yang strategis.

Selain itu juga penelitian yang berkaitan dengan pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah sudah pernah dilakukan oleh Feti Rukmanasari namun hasil penelitiannya mengatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah, oleh karena itu peneliti juga tertarik untuk meneliti tentang pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah, apakah faktor pengetahuan berpengaruh atau tidak terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah di kota palopo seperti yang telah dilakukan oleh Feti.

Faktor pelayanan juga menjadi salah satu penyebab nasabah dalam memutuskan menggunakan produk/jasa pegadaian. Peneliti tertarik untuk meneliti masalah pelayanan karena peneliti pernah mengalami pengalaman yang kurang baik tentang pelayanan pada salah satu rumah sakit di luwu utara, oleh sebab itu apakah pelayanan pada rumah sakit tersebut sama dengan pelayanan yang ada pada pegadaian syariah kota palopo.

Faktor lokasi juga menjadi salah satu penyebab nasabah memilih menggunakan pegadaian syariah, selain lokasi yang strategis, pegadaian juga perlu memperhatikan keamanan dan kenyamanan nasabah. Peneliti mengambil faktor lokasi karena menurut peneliti lokasi pegadaian yg dulu memang berada di tempat yang strategis hanya saja tidak memiliki lahan parkir yang memadai.

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 minat masyarakat menggunakan pegadaian syariah. Berkaitan dengan hal tersebut maka penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUHI PENGETAHUAN, PELAYANAN dan LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PEGADAIAN SYARIAH KOTA PALOPO”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan, pelayanan dan lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah?
2. Apakah pengetahuan, pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah.
2. Untuk mengetahui apakah pengetahuan, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pembaca serta sebagai referensi dan wawasan mengenai pengaruh pengetahuan, pelayanan dan lokasi terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pegadaian Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pegadaian syariah untuk menganalisis pentingnya pengetahuan, pelayanan dan lokasi untuk menarik perhatian banyak nasabah dan sebagai acuan untuk memberikan sosialisasi tentang manfaat menggunakan jasa pegadaian syariah serta produk-produknya.

b. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat merambah pengetahuan nasabah dan minat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat membuka wawasan berfikir peneliti dan meningkatkan pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian, serta penerapan ilmu yang diterima dan di pelajari selama ini.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian yang berhubungan dengan pengaruh pengetahuan, pelayanan dan lokasi terhadap minat nasabah beberapa sudah dilakukan pada lembaga pegadaian syariah. Adapun penelitian yang terkait dengan penelitian ini sudah dilakukan oleh Nurul Fajri dan Feti Rukmanasari.

Nurul Fajri dengan judul “Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan *Non Probability Sampling* berupa *Insidental Sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, yang didapat secara langsung dari objek yang akan diteliti dalam bentuk persepsi responden dengan cara mengedarkan daftar pertanyaan dalam bentuk kuesioner kepada 100 responden. Data dianalisis dengan menggunakan peralat statistik regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel promosi, lokasi dan alasan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel promosi, lokasi dan alasan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh. Hasil pengujian secara simultan juga menunjukkan bahwa, variabel promosi, lokasi dan alasan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat

nasabah menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh.¹¹

Feti Rukmanasari dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel secara sengaja sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan angket/kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji reliabilitas, validitas, uji asumsi klasik, uji statistik dan regresi berganda. Berdasarkan uji Ttest menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat (Y), variabel promosi (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat (Y), variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y). Berdasarkan uji Ftest menunjukkan bahwa variabel independen (pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (minat menggunakan jasa) secara signifikan.¹²

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul Fajri yaitu lokasi penelitian dan variabel penelitian jika Nurul Fajri menggunakan variabel promosi, lokasi dan alasan syariah, penelitian ini

¹¹ Nurul Fajri, Skripsi: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018)

¹² Feti Rukmanasari, Skripsi: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017)

menggunakan variabel pengetahuan, pelayanan dan lokasi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Feti Rukmanasari yaitu lokasi penelitian dan variabel penelitian jika Feti Rukmanasari menggunakan variabel pengetahuan, promosi dan kualitas pelayanan, penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan, pelayanan dan lokasi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurul Fajri dan Feti Rukmanasari yaitu sama-sama meneliti tentang minat nasabah dalam menggunakan pegadaian syariah, metode penelitian kuantitatif, uji parsial dan simultan.

B. Landasan Teori

1. Pegadaian Syariah

a. Pengertian Gadai

Gadai dalam bahasa Arab disebut *Rahn*. *Ar-Rahn* yaitu menahan salah satu harta milik peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan memiliki nilai ekonomis. Oleh karena itu, pihak yang menahan barang tersebut mendapat jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya, dengan begitu dapat dikatakan bahwa *Rahn* merupakan semacam jaminan utang atau gadai.¹³

Antonio dalam Feti Rukmanasari menyebutkan bahwa gadai syariah (*rahn*) yaitu menahan salah satu harta milik nasabah (*rahin*) sebagai barang

¹³ Feti Rukmanasari, Skripsi: “*Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 10

jaminan (*marhun*) atas pinjaman (*marhun bih*) yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.¹⁴

Jadi, kesimpulannya bahwa *rahn* yaitu menahan barang jaminan milik peminjam (*rahin*), sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang dijadikan jaminan memiliki nilai guna, sehingga pihak yang menahan (*murtahin*) memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya dari barang yang digadaikan tersebut apabila pihak yang menggadaikan tidak dapat membayar hutang tepat pada waktunya.¹⁵

1) Landasan Hukum Pegadaian Syariah

Hukum gadai adalah *jaiz* atau boleh. Berdasarkan Al-Qur'an dan Hadist. ayat Al-Qur'an dan hadist yang dijadikan sebagai landasan gadai ialah:

a) Al-Qur'an

Surah Al-Baqarah ayat 283

﴿ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهَيْنَ مَثْوَاكُمْ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي
أُؤْتِمِنَ أَمْنَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ

بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Terjemahannya: Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka

¹⁴ Feti Rukmanasari, Skripsi: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 17

¹⁵ Feti Rukmanasari, Skripsi: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 11

hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan. Barang tanggungan (borg) itu diadakan bila satu sama lain tidak percaya mempercayai¹⁶.

b) Hadist

Dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim

حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ قَالَ حَدَّثَنَا الْأَعْمَشُ عَنْ ابْنِ أَبِي عَدِيٍّ عَنْ عَمْرِو بْنِ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ

عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ يَهُودِيٍّ طَعَامًا نَبِيًّا دَخَلَ عَلَيْهِ رَهْنَا

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abu Muawiyah berkata; Telah menceritakan kepada kami Al-A'masy dari Ibrahim dari Al-Aswad dari Aisyah berkata; "Rasulullah Shallallahu'alaihiwasallam pernah membeli makanan dari seorang Yahudi secara bertempo (nasiah, pembayaran di belakang), lalu Nabi memberikan baju besinya kepadanya sebagai gadai¹⁷.

2. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Apa yang dibeli, dan kapan membelinya bergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan manusia digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam bertindak dalam hal keperluan hidupnya.

Pengetahuan dalam islam berasal dari bahasa arab yaitu 'ilm ('alimanya'lamu-ilm') yang berarti pengetahuan (*al-ma'rifah*), kemudian berkembang

¹⁶ Abdul bin Muhammad Alu Syaikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid I*, (Pustaka Imam Asy-Syafi'i),h.728.

¹⁷ Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Syarah Hadits Pilihan Bukhari-Muslim*, (Jakarta : All Right Reserved, Cet Pertama), h. 661.

menjadi pengetahuan mengenai hakikat atas suatu hal yang pemahamannya lebih mendalam¹⁸. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui yang berkenaan dengan pengetahuan kognitif merupakan domain yang sangat penting untuk terbentuknya tindakan seseorang.

Menurut Sudarsono pengetahuan merupakan genus dari ilmu, dasar-dasar pengetahuan disini diartikan sebagai hal hal yang diandaikan dan yang memungkinkan adanya pengetahuan. Ada beberapa item yang mungkin sebagai berikut¹⁹:

1. Pengalaman, karena semua bentuk penyelidikan kearah pengetahuan mulai dengan pengalaman, maka hal pertama dan utama yang mendasari dan memungkinkan adanya pengetahuan adalah pengalaman.
2. Ingatan, sebagai dasar pengetahuan saling berkelindan dengan pengalaman.
3. Kesaksian, di sini dimaksudkan penegasan sesuatu itu benar dan dipercaya berdasarkan keyakinan bahwa yang memberi kesaksian itu memiliki otoritas.
4. Minat dan rasa ingin tahu, di satu pihak minat mengarahkan perhatian terhadap hal-hal yang dialami dan dianggap penting untuk diperhatikan.
5. Pikiran dan penalaran, kedua item ini yakni pikiran dan penalaran hal yang mendasarinya sehingga memungkinkan orang memiliki dan mengembangkan pengetahuannya.
6. Logika, secara silogisme adalah cara berfikir yang valid yang tersusun atas tiga langkah yakni premis mayor, premis minor, dan konklusi atau kesimpulan.

¹⁸ Azizah Khoirun Nisa, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam ." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018: 44.

¹⁹ Sudarsono, dkk, *Filsafat Ilmu, Malang: Wisma Kalimetro, 2014: 16.*

Kotler dalam Feti Rukmanasari menyebutkan bahwa pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengetahuan merupakan informasi yang digabungkan dengan pemahaman dan potensi untuk bertindak, yang kemudian tertanam dalam pikiran seseorang.²⁰ Sejalan dengan hal itu Sunyoto dalam Purwanto dalam Feti Rukmanasari menyebutkan bahwa pengetahuan merupakan segala informasi yang dimiliki konsumen tentang berbagai macam produk dan jasa.²¹

Berdasarkan defenisi diatas, peneliti sampai pada kesimpulan bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu yang dapat dipahami oleh akal manusia secara jelas dan berkesinambing antara teori dan realita yang ada.

b. Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmojo tingkat pengetahuan seseorang terhadap objek berbeda-beda. Pengetahuan seseorang ada 6 tingkatan yaitu:

- 1) Tahu yaitu penarikan kembali (panggilan) dari ingatan atau pengalaman yang sudah ada setelah mengamati sesuatu. Dengan menggunakan beberapa pertanyaan adalah cara untuk mengukur bahwa seseorang tahu akan sesuatu.
- 2) Memahami yaitu mampu menafsirkan dengan benar tentang sesuatu yang menjadi objek.

²⁰ Feti Rukmanasari, Skripsi: “*Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 25

²¹ Feti Rukmanasari, Skripsi: “*Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)*”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2017), 25

- 3) Aplikasi yaitu mampu menerapkan suatu objek yang diketahui dalam kehidupan.
- 4) Analisis yaitu kemampuan mendeskripsikan dan menjelaskan serta memisahkan antara komponen yang diketahui.
- 5) Sintesis yaitu membuat rangkuman dari pengetahuan yang dimiliki.
- 6) Evaluasi pengulangan kembali yang telah diketahui.

c. Indikator Pengetahuan

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Alfiatul Rohmaniah membagi indikator pengetahuan konsumen atau nasabah menjadi tiga macam yaitu²²:

1. Pengetahuan produk

Wahyuno dan Pamurkas mendefinisikan pengetahuan produk sebagai cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk²³. Konsumen yang berpengetahuan tinggi akan lebih realistis dalam sesuai dengan harapannya.

2. Pengetahuan pembelian

Menurut Angel dalam Rusniati, pengetahuan pembelian terdiri dari pengetahuan tentang toko, lokasi produk didalam toko tersebut, dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut²⁴.

²² Alfiatul Rohmaniah. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019: 31-32.

²³ Rifqi Suprpto dan Maya Susanti, Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta, *Buletin bisnis dan manajemen*, Vol 02 No 1, 2016.65.

²⁴ Rusniati dan Rini Rahmawati, Greem Product: Pengaruh Pengetahaun Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Intekna* Vol 19 No 1, 2019.h.62.

3. Pengetahuan pemakaian

Menurut Sumarwan pengetahuan pemakaian adalah pengetahuan mengenai manfaat produk setelah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen²⁵. Pengetahuan pemakaian mencakupi informasi yang tersedia didalam ingatan bagaimana suatu produk dapat digunakan dan apa yang diperlukan agar benar-benar menggunakan produk tersebut.

3 .Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan dapat diartikan sebagai sesuatu tindakan seseorang terhadap orang lain melalui penyajian jasa sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Apabila organisasi dapat memberikan pelayanan sesuai yang diharapkan nasabah, maka pelayanan organisasi tersebut dapat dianggap baik²⁶

Pelayanan merupakan salah satu bentuk interaksi antara lembaga penyedia produk baik berupa barang ataupun jasa dengan pelanggannya. Pelayanan yang baik dan prima tentu saja menjadi cara lembaga tersebut untuk menarik minat pelanggan/nasabah menggunakan produknya.²⁷ Alma dalam Nik Amah menyebutkan bahwa *customer service* (pelayanan pelanggan) adalah jasa atau layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu.²⁸

²⁵ Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, Ghalilia Indonesia, Bogor , 2022.h,120.

²⁶ Ayu Seftiani, Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah, *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung*, 2018:21.

²⁷ Nik Amah, "Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun", *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* Vol. 2 No.2, 2017, 135

Menurut Tjiptono mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu tingkat mutu dari suatu yang ditawarkan dari dari suatu pihak kepihak lain, yaitu dari pengusaha kekonsumen²⁹.

Pelayanan dalam pandangan Islam adalah pelayanan yang sudah dipraktekkan oleh Nabi Muhammad SAW. Memiliki lima karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain³⁰:

1. Jujur merupakan sifat yang tidak mengkhianati, tidak ingkar janji, tidak bohong serta tidak menipu orang lain Bertanggung jawab (Al amanah) merupakan sifat tanggung jawab dan terpercaya dalam menjalankan bisnisnya.
2. Tidak menipu (Al khadzib) merupakan sifat yang mulia maksudnya tidak pernah menipu orang lain ketika menjalankan bisnisnya dengan contoh berdagang yang dipraktekkan oleh Rasulullah yang tidak pernah menipu
3. Rendah hati (Khudmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab
4. Tidak lupa menyibukkan diri sendiri karena untuk mencari keuntungan didunia dengan melupakan akhirat.

Jadi dapat disimpulkan pelayanan yaitu sikap atau tindakan dari lembaga yang diwakili oleh karyawan sebagai bentuk interaksi dengan nasabah. Pelayanan bertujuan untuk membuat nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga nasabah percaya dan nyaman menggunakan produk/jasa dari lembaga.

²⁹ Nia Ruhaniah dkk, Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan, dan implementasi syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2022:64.

³⁰ Yeni Rokhliwati dan Ziyadatun Ni'mah, Analisis Strategi Islam PT Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima di Kabupaten Banyuwangi, *Jurnal Ekonomi Syaria'ah* 2020:125.

Baik buruknya pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan berimbas pada ketertarikan/minat nasabah menggunakan produk/ jasa lembaga.³¹

b. Indikator Pelayanan

1. Keandalan

Menurut Zeitham dalm Umar, keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan³².

2. Daya tanggap

Menurut Zeitham dalm Umar daya tanggap merupakan respon atau kesugapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan pelanggan terhadap keluhan.

3. Empati

Menurut Hurlock empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengerti perasaan dan emosi orang lain serta kemampuan untuk membayangkan diri sendiri di tempat orang lain.³⁴

³¹ Nik Amah, "Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun", *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* Vol. 2 No.2, 2017, 135

³² Husain Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, h.8.

³³ Husain Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003, h.8.

³⁴ Elizabeth Hurlock. *Perkembangan Anak*. Jilid 2. Alih Bahasa : Meditasari Tjandasa dan Muslichah Zarkasih. Edisi Ke enam, Jakarta : Erlangga (2009)

4. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Pemilihan lokasi yang strategis memiliki fungsi yang dapat menentukan tercapainya badan usaha. Pemilihan lokasi sangat penting karena berkaitan dengan potensi penjualan dan keuntungan, daya saing dan kesinambungan usaha. Kesalahan dalam penentuan lokasi bisa berakibat sangat fatal. Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan.

Lokasi akan mempengaruhi jumlah dan jenis konsumen yang akan tertarik untuk datang ke lokasi yang strategis, mudah dijangkau oleh sarana transportasi yang ada serta kapasitas parkir yang cukup memadai bagi konsumen. Lokasi juga akan mempengaruhi citra pegadaian atau kepribadian pegadaian dan kekuatan daya tarik yang dibuat oleh pegadaian terhadap pelanggan utamanya³⁵.

Lokasi merupakan keputusan yang dibuat perusahaan dimana perusahaan harus bertempat dan beroperasi. Pemilihan tempat lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat yaitu akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, lingkungan dan kompetisi³⁶.

Menurut Lupiyoadi lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan³⁷.

³⁵ Bob Foster, Manajemen Ritel, Bandung: Alfabeta, 2008: 51

³⁶ Adiba, Administrasi Bisnis, Volume 4, Nomor 3, 2016:70-682.

³⁷ Halimatius Sadiyah, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen, *Jurnal Implementasi Manajemen dan Kewirausahaan Vol 1 No2021*:117.

Menurut Ibrahim lokasi adalah tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi menyatakan bahwa memilih lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting³⁸. Menurut Swastha lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan³⁹.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan tempat suatu usaha melakukan oprasi dan mengembangkan suatu usaha.

b. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi

Faktor-faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi yaitu sebagai berikut⁴⁰:

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

³⁸ Muhammad Husni dkk, Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Mini market Xmart Ulak Karang Padang, *Artikel Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, 2019:3.

³⁹ Randi Febdiawan, Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pengadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu, *Skripsi Perbangkan Syari'ah* 2017:17.

⁴⁰ Irmayanti Hasan, *Manajemen Operasional Perspektif Integratif* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 74.

c. Keuntungan Pemilihan Lokasi yang Tepat

Penentuan suatu lokasi tepat sasaran karena lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan baik dari segi finansial maupun nonfinansial. Keuntungan yang diperoleh dengan lokasi yang tepat yaitu⁴¹:

- 1) Pelayanan yang diberikan konsumen dapat lebih memuaskan
- 2) Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja
- 3) Kemudahan dalam memperoleh bahan baku
- 4) Kemudahan untuk memperluas usaha
- 5) Memiliki nilai ekonomi yang lebih tinggi dimasa yang akan datang
- 6) Meminimalkan terjadinya konflik terutama dengan masyarakat dan pemerintah setempat

d. Indikator Lokasi

Menurut Fandy Tjiptono indikator lokasi ada 3 yaitu⁴².

1. Akses

Akses yaitu lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.

2. Visibilitas

Visibilitas yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.

⁴¹ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: Rajawali Pres, 2017), 140-141

⁴² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Andi Offset, 1997),h.162.

3. Strategis

Strategis berarti segala sesuatu yang berhubungan strategi yang telah ditentukan untuk mencapai tujuan atau target.

4. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keinginan yang timbul dari suatu perhatian seseorang terhadap sesuatu seperti barang, benda atau dapat dikatakan dorongan keinginan melakukan kegiatan tertentu.

Minat adalah suatu kegiatan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut. Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan pada diri sendiri dan suatu hal diluar dirinya. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan terhadap suatu perhatian dan keinginan⁴³

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap sesuatu diantaranya adalah⁴⁴:

- 1) Faktor psikis yang merupakan faktor pendorong dari dalam diri konsumen, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.
- 2) Selain itu faktor sosial yang merupakan proses dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh keluarga, status sosial dan kelompok acuan, kemudian

⁴³ Djaali. Psikologi Pendidikan *Jakarta : Bumi Aksara* , 2008: 121

⁴⁴ Djaali. Psikologi Pendidikan *Jakarta : Bumi Aksara* , 2008: 121

pemerdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, promosi dan juga distribusi.

Keller dalam Nurul Fajri menyebutkan bahwa minat merupakan suatu perilaku konsumen dimana konsumen ingin membeli atau memilih produk berdasarkan pengalaman memilih, menggunakan, dan mengonsumsi.⁴⁵ Sedangkan Simamora dalam Nurul Fajri menyebutkan bahwa minat merupakan sesuatu yang bersifat pribadi dan berkaitan dengan sikap, individu yang tertarik pada suatu obyek akan memiliki kekuatan atau dorongan untuk mendapatkan objek tersebut.⁴⁶

Berdasarkan penjelasan di atas maka untuk penelitian ini yang dimaksud dengan minat yaitu ketertarikan yang disebabkan oleh suatu obyek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan memiliki keinginan untuk terlibat atau berhubungan dengan obyek tersebut.⁴⁷

b. Kriteria Minat

Menurut agasty Ferdinand ada 4 kriteria minat yaitu:

- 1) Minat transaksi, yaitu melakukan transaksi dengan cara menggunakan sebuah jasa
- 2) Minat referensi, yaitu merekomendasikan pada yang lainnya agar mereka juga menggunakan .

⁴⁵ Nurul Fajri, Skripsi: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018), 16

⁴⁶ Nurul Fajri, Skripsi: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018), 16

⁴⁷ Nurul Fajri, Skripsi: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018), 16

- 3) Minat prefensi, yaitu perilaku yang ditunjukkan terhadap sesuatu
- 4) Minat Eksplorasi, yaitu mencari tahu informasi lebih mendalam tentang produk yang digunakan.

c. Indikator Minat

Menurut Sudarsono indikator minat dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Faktor dari dalam diri individu

Faktor dari dalam individu merupakan faktor yang berhubungan dengan sikap orang terhadap pekerjaannya, umur orang sewaktu bekerja dan jenis kelamin.

2. Faktor motif sosial

Faktor motif sosial yaitu faktor yang timbul untuk memenuhi kebutuhan individu dalam hubungannya dengan lingkungan sosial

3. Faktor emosional atau perasaan

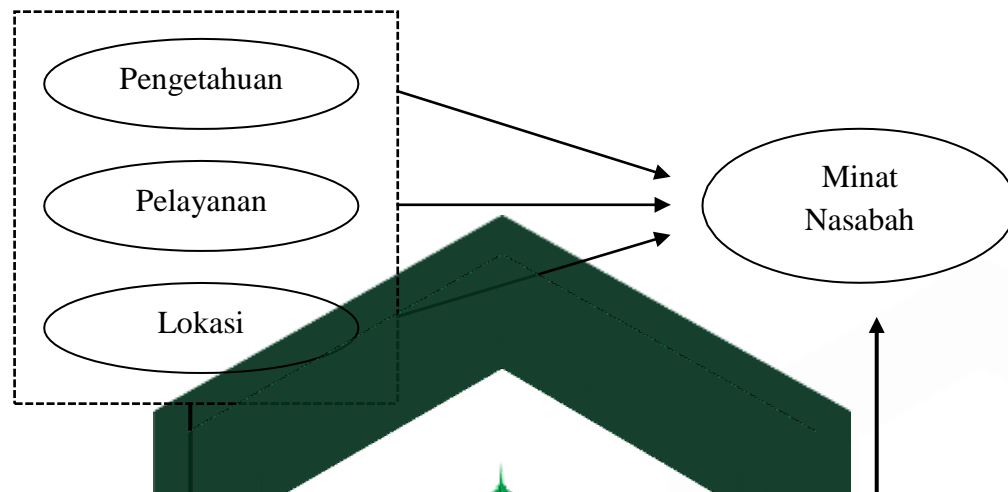
Emosional merupakan reaksi saat seseorang merasakan sesuatu dan perasaan merupakan cara pandang seseorang,

1. Kerangka Pikir

Berikut ini adalah kerangka pikir yang penulis gambarkan untuk mempermudah dalam memahami arah dan tujuan penelitian ini. Adapun kerangka pikir pada gambar 2.1 adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Kerangka Pikir Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat
Masyarakat Terhadap Pegadaian Syariah



Berdasarkan gambar 2.1 di atas, penelitian ini terdapat empat variabel yang diidentifikasi sebagai masalah penting, tiga variabel independen yaitu: pengetahuan, pelayanan dan lokasi, serta variabel dependen yaitu minat nasabah. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah yang akan diteliti. Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pikir, maka peneliti mengajukan hipotesis:

H_{01} : Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

H_{a1} : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

H_{02} : Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

H_{a2} : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

H_{03} : Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

H_{a3} : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Sesuai masalah yang diteliti, maka jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif yang bermaksud menggambarkan fenomena pada objek penelitian apa adanya dan pengambilan kesimpulan didasarkan pada angka-angka hasil analisis statistik. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*).⁴⁸

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah Cabang Luwu Kota Palopo Sulawesi Selatan, yang menjadi nasabah dan menggunakan jasa pegadaian syariah. waktu penelitian dilakukan pada bulan Desember s/d Januari 2022/2023

⁴⁸ Vika Anggun Ratna Pratiwi, Skripsi: “Pengaruh Pendapatan Pegadaian ,Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)”, (Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), 35

C. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1 Defenisi Oprasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Pengetahuan (X1)	yaitu segala informasi yang dimiliki nasabah tentang pegadaian syariah serta pengetahuan yang terkait dengan produk dan jasa yang dimiliki.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan pemakaian
Pelayanan (X2)	yaitu sikap atau tindakan seorang karyawan yang bertujuan untuk membuat nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan 2. Daya tanggap 3. Empati
Lokasi (X3)	yaitu tempat dimana perusahaan didirikan dan melaksanakan kegiatan usahanya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Strategis atau target.
Minat (Y)	yaitu ketertarikan yang disebabkan oleh suatu objek tertentu yang membuat seseorang merasa senang dan memiliki keinginan untuk terlibat dengan objek tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor dari dalam diri 2. Faktor motif sosial 3. Faktor emosional atau perasaan

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah pegadaian syariah di Kota palopo sebanyak 5.580.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan tidak mungkin peneliti mengkaji segala sesuatu yang ada dalam populasi tersebut, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representif (mewakili).⁴⁹

Sampel mewakili sebagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Pengambilan sampel *Non-Probability sampel* melalui teknik *convenience sampling/accidental sampling*, dimana calon responden dipilih dari orang-orang yang kebetulan berada dilingkungan yang sama dengan peneliti.⁵⁰

Adapun metode penarikan sampel untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+(N \times e^2)} \\ &= \frac{5.580}{1+(5.580 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{5.580}{1+(5.580 \times 0,01)} \\ &= 98,24 \end{aligned}$$

⁴⁹ Nur Apriliana, Skripsi: “Pengaruh Sosialisasi Produk Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah Di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Mataram”, (Mataram: UIN Mataram, 2017), 25

⁵⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Cet. Ke- 6, (Bandung ALFABETA, 2014), H.81.

Dibulatkan 100 Sampel

Di mana:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = Error level (tingkat kesalahan) umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1.⁵¹

E. Instrument Penelitian

Instrument penelitian memegang peranan penting dalam penelitian kuantitatif, instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa penyebaran kuesioner yang disiapkan oleh peneliti dan diberikan kepada responden untuk dijawab. Instrument penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert.⁵² Skala ini digunakan untuk mengukur respon subjek kedalam lima poin yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) : 5 poin
- b. Setuju (S) : 4 poin
- c. Netral (N) : 3 poin
- d. Tidak setuju (TS) : 2 poin

⁵¹ Renaldy, Skripsi: “Pengaruh Pembiayaan Rahnterhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Di Pt. Pegadaian Syariah Unit Pasar Perumnas Palembang”, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2017), 39

⁵² Rohmania Alfiatur, Skripsi: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating”, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2019), 62

e. Sangat tidak setuju (STS) : 1 poin⁵³

2.2. Tabel Kisi-kisi Instrumen Tabel Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1	Pengetahuan	1. Pengetahuan Produk	1. Memahami produk-produk yang ada di pegadaian syari'ah
			2. Saya mengetahui manfaat dari penggunaan produk dan jasa pegadaian syari'ah
		2. Pengetahuan Pembelian	1. Memilih produk pegadaian syari'ah karena dapat dijangkau menggunakan aplikasi.
			2. Mengetahui informasi mengenai pegadaian syari'ah Palopo melalui web dan sosialisasi langsung dari pihak pegadaian syari'ah
		3. Pengetahuan Pemakaian	1. Menggunakan produk pegadaian syari'ah karena sesuai dengan kebutuhan.
			2. Merasa puas menjadi nasabah pegadaian syari'ah Palopo karena sesuai dengan prinsip syari'ah
2.	Pelayanan	1. Kehandalan	1. Karyawan melayani dengan ramah dan sopan
			2. Karyawan melayani dengan cepat dan teliti serta berusaha menghindari kesalahan
	2. Daya Tanggap	1. Karyawan memberikan penjelasan dengan jelas dan cepat dalam pelayanan	

⁵³ Suratno, Skripsi: "Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq: Studi Pada Lembaga Amil Zakat DPUDT Bandar Lampung", (Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 50-51

			2. Kemampuan karyawan menanggapi pertanyaan nasabah dan memahami kebutuhan yang diinginkan nasabah
	Empati		1. Karyawan pegadaian Syari'ah selalu memberikan salam saat memberikan pelayanan kepada nasaba 2. Karyawan selalu bersikap sabar dalam menghadapi nasabah
3	Lokasi	1. Akses	1. Akses transportasi umum mudah menuju lokasi pegadaian syari'ah 2. Pegadaian syari'ah dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan raya
		2. Visibilitas	1. Pegadaian syari'ah memiliki tingkat keamanan yang mendukung 2. Memiliki kantor yang memadai
		3. Strategis	1. Pegadaian syari'ah berada dikeramaian dan pertokoan tempat orang berlalu lalang 2. Pegadaian syari'ah berada di lokasi yang mudah ditemukan
4	Minat	1. Faktor dan dalam diri	1. Memilih pegadaian syari'ah karena sesuai dengan syariat islam 2. Memilih pegadaian syari'ah karena memudahkan nasabahnya
		2. Faktor motif sosial	1. Memilih pegadaian syari'ah karena saran dari teman/keluarga 2. Memilih pegadaian syari'ah karena berada dilingkungan tempat tinggal
		3. Faktor Emosional	1. Memilih pegadaian syari'ah karena karyawannya sangat ramah 2. Memilih pegadaian syari'ah karena karyawannya sangat cepat dalam

memberikan pelayanan

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan orang untuk mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi, yang mungkin terpengaruh oleh sistem yang diusulkan atau sistem yang sudah ada.⁵⁴

G. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka dan perhitungan yang menggunakan metode statistik dan dibantu dengan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*), alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berikut ini model dasar dari analisis regresi linier berganda didalam penelitian yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

$$Y = a + BX_1 + BX_2 + \dots + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

B = Koefisien

⁵⁴ Syofian Siregar, "*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*", (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2013), 44

X_1 = Variabel independen

e = Error term⁵⁵

Analisis data yang digunakan yaitu:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi product moment, untuk menghitung korelasi antara setiap pernyataan dengan skor total. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total. Untuk menguji validitas item kuesioner digunakan metode correlation pearson. Item dikatakan valid jika nilai correlation pearson lebih dari nilai kritis.

2) Uji Reliabilitas

Jika suatu alat ukur dianggap valid, maka dilakukan uji reliabilitas alat ukur tersebut. Reliabilitas merupakan nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas alat ukur dalam bentuk skala dapat ditentukan dengan menggunakan teknik alpha cronbach.

Suatu alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas yang baik, apabila alat ukur tersebut selalu memberikan hasil yang sama, meskipun digunakan berulang kali oleh peneliti yang sama atau berbeda. Model yang digunakan untuk menguji

⁵⁵ Suratno, Skripsi: “Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq: Studi Pada Lembaga Amil Zakat DPUOT Bandar Lampung”, (Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), 58

reliabilitas dalam penelitian ini yaitu teknik Cronbach's alpha yaitu teknik mencari reliabilitas melalui software SPSS.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji ini yaitu untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya yang mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau mendekati normal. Berdasarkan pengalaman para ahli statistik, data dengan lebih dari 30 angka ($n > 30$) dapat diasumsikan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel independen yang sama dengan nol.⁵⁶

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui model regresi antar variabel yang tidak serupa.

⁵⁶ Kautsar Audytra Muhammad, Skripsi: *"Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2014), 42-43

c. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial untuk menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji t merupakan pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji t adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ Tingkat signifikansi 0,05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan 5%.
- b) Kriteria Pengambilan Keputusan
 H_0 ditolak jika $t \text{ statistic} < 0.05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$
 H_a diterima jika $t \text{ statistic} > 0.05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

2) Uji f

Uji F adalah uji hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian menggunakan Uji F sebagai berikut:

- a) Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ Tingkat signifikansi 0,05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki profitabilitas sebesar 95% atau toleransi kesalahan 5%.

b) Kriteria Pengambilan Keputusan

H_0 ditolak jika F statistik $< 0,05$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$

H_a diterima jika F statistik $> 0,05$, atau $f_{hitung} < f_{tabel}$

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁵⁷



⁵⁷ Tresna Rahmawati, Skripsi: “Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Metroboulevard Cikarang, Bekasi)”, (Bekasi: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Pelita Bangsa, 2017), 56-58

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Lokasi penelitian

a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah

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

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

Palopo adalah kota yang letaknya 390 km dari kota Makassar, ibu kota dari provinsi Sulawesi Selatan. Dimana memiliki luas 247.52 km². Pada mulanya kota Palopo merupakan ibukota dari kabupaten Luwu namun dengan lahirnya perundang-undangan yang baru No 11 Tahun 2002 kini Palopo resmi menjadi wilayah administratif. Kota Palopo memiliki 9 kecamatan serta 48 kelurahan.⁵⁸

Sedangkan munculnya Pegadaian Syariah yang ada di Kota Palopo berkisar sekitar 10 tahunan sejak tahun 2010 didirikannya. Sejak saat itu lembaga tersebut menjalankan tugasnya. Yaitu, memberi kemudahan pada rakyat kecil yang ingin menggunakan dana dengan membawa barang sebagai jaminan dimana prosedur yang diterapkan telah sesuai dengan hukum syariah.⁵⁹

Di Kota Palopo terdapat 6 unit pelayanan pegadaian yaitu Cabang Pelayanan Palopo Jl. Andi Kambo No. 43, Cabang Pelayanan Pasar Sentral Palopo Jl. Mangga No. 5, Unit Pelayanan Cabang Opsal Jl. Opu Tosappaile No. 78, Unit Pelayanan Cabang Pasar Wara Jl. Mannennungeng No. 39, Unit Pelayanan Cabang Ratulangi Jl. Intan Bonjol No. 77, dan Unit Pelayanan Syariah Luwu Jl. Andi Tadda. Dari 6 unit pelayanan pegadaian hanya terdapat 1 unit pelayanan yang berbasis syariah. Meskipun hanya terdapat 1 unit pelayanan syariah akan tetapi pegadaian syariah tetap menjadi pembiayaan bagkonsumen.⁶⁰

Seiring tahun berganti perusahaan tersebut menjalankan aktivitasnya

⁵⁸ Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palopo

⁵⁹ Pegadaian, Pegadaian di Kota Palopo, <https://infoalamat.com/> 2020/12/10.

⁶⁰ Pegadaian, Pegadaian di Kota Palopo, <https://infoalamat.com/> 2020/12/10.

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

b. Visi Misi

1) Visi

Sebagai Solusi bisnis terpadu terutama yang berbasis gadai yang menjadikan market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

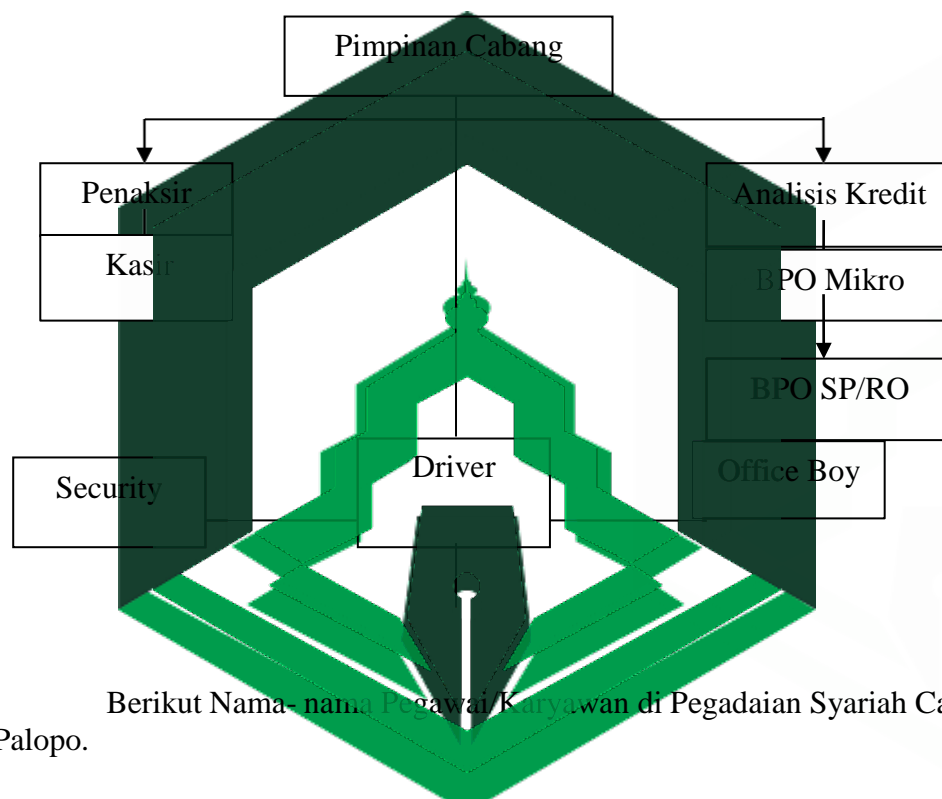
2) Misi

- a) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b) Memastikan pemerataan pelayanan dari infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh 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.

2. Struktur Organisasi

Berikut struktur organisasi Pegadaian Syariah, sesuai dengan formasi pegawai dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.1 Struktur Organisasi



Berikut Nama-nama Pegawai/Karyawan di Pegadaian Syariah Cabang Palopo.

- a. Pimpinan Cabang (Recky Rendy Derozari S.E)
- b. Penaksir (Dian Mentari Aziz)
- c. Kasir (Kartika)
- d. Analisis Kredit (Itwan Wancie)
- e. BPO Mikro (Adriansyah)
- f. BPO SP/RO (R. Dwi Utami Astuti)
- g. Security (Yusuf, Tio, Zul, dan Zamad)

h. Driver (Amri)

i. Office Boy/OB (Ari Purnomo)

Pegadaian Syariah Cabang Palopo menawarkan berbagai macam produk dan pelayanan jasa keuangan, setiap lembaga keuangan berupaya menyesuaikan pengembangan produk yang ada dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Adapun produk-produk yang ditawarkan di Pegadaian Syariah Cabang Palopo sebagai berikut:

a. Produk Pembiayaan

1) Pegadaian *Ar-Rahn* (Gadai)

Adalah salah satu bentuk pinjaman yang ditawarkan dengan barang gadai berupa perhiasan, barang elektronik, BPKB kendaraan mobil dan motor.

2) Pegadaian *ARRUM* (*Ar-Rahn* Usaha Mikro)

Pinjaman ini diperuntukan untuk para pengusaha mikro dan kecil untuk mendapatkan sejumlah pinjaman melalui sistem penembalian angsuran, barang jaminan yang dapat digunakan untuk melakukan pinjaman yaitu BPKB motor, dan barang jaminan dapat dimanfaatkan oleh nasabah untuk keberlangsungan usahanya.

3) Pegadaian AMANAH

Pembiayaan yang ditawarkan kepada para pegawai negeri sipil (PNS) dan karyawan swasta untuk mendapatkan mobil dan motor dengan cara angsuran.

4) *MULIA* (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Yaitu penjualan emas batangan pada masyarakat secara tunai maupun angsuran dengan jangka waktu tertentu, mulia merupakan produk syariah yang diluncurkan pada tahun 2008 dan cukup mendapat respon yang baik dari masyarakat.

5) Pegadaian Arrum Haji

Salah satu bentuk pelayanan yang disediakan oleh Pegadaian Syariah untuk membantu para masyarakat untuk menunaikan ibadah haji.

6) Tabungan Emas

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

7) Rahn *Tasjiliy* (tanah)

Tanah merupakan salah satu produk yang ditawarkan Pegadaian Syariah dimana nasabah menyerahkan sertifikat tanah sebagai jaminan kepada pihak pegadaian setelah menyerahkan dokumen sertifikat tanah, selanjutnya nasabah diberi uang pinjaman.

B. Deskripsi Data Responden

1. Karakteristik Responden

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

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jeniskelamin			
		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	39	36.4	39.0	39.0
	PEREMPUA	61	57.0	61.0	100.0
N					
Total		100	93.5	100.0	
Total		100	100.0		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil oleh data primer mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, maka jumlah responden adalah yaitu jenis kelamin laki-laki 39 orang atau sebesar 36 % dan responden yang berjenis kelamin perempuan yakni 61 orang atau sebanyak 47% .

a. Pekerjaan Responden

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

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulati ve Percent
Valid		7	6.5	6.5	6.5
	IRT	47	43.9	43.9	50.5
	MAHASISWA	7	6.5	6.5	57.0
	NELAYAN	9	8.4	8.4	65.4

KARYAWAN SWASTA	11	10.3	10.3	75.7
HONORER	8	7.5	7.5	83.2
PNS	7	6.5	6.5	89.7
WIRSAUSAHA	11	10.3	10.3	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil olah data primer mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, maka jumlah responden terbesar adalah responden sebagai IRT yakni 47 orang atau sebesar 43,% responden yang berstatus sebagai mahasiswa yakni 7 orang atau sebesar 6% responden yang bekerja sebagai nelayan yakni 9 orang atau sebesar 12% responden yang bekerja sebagai honorer yakni 8 orang atau sebesar 7% responden yang bekerja sebagai PNS yakni 7 orang atau sebesar 6% responden yang bekerja sebagai karyawan swasta yakni 11 orang atau sebesar 10%, responden yang bekerja sebagai wirausaha yakni 11 orang atau 10%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan jasa pegadaian syariah didominasi responden yang bekerja sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT).

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui taraf substansial antara variabel bebas dan variabel terikat. Apakah hasil data yang diperoleh pada penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini Residual dikatakan normal apabila

nilai signifikansi lebih dari 0,05. Adapun hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut;

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.0175421
Most Extreme Differences	Absolute	.117
	Positive	.117
	Negative	-.082
Test Statistic		.117
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.122 ^d
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh hasil nilai signifikan sebesar 0,122 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau $0,122 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas data pada penelitian ini terdistribusi normal.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam pengujian model regresi terdapat kolerasi. Multikolienearitas adalah hubungan linear antara variabel independent didalam regresi berganda. Model regresi yang

baik apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan analisis perhitungan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dengan nilai tolerance $>0,10$ atau sama dengan nilai VIF <10 . Adapun hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolonearitas

Model		Coefficients ^a			T	Sig.	Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.074		.743	.099	.921		
	PENGETAHUAN	.413	.491	.071	5.839	.000	.281	3.560
	PELAYANAN	.281	.330	.070	4.043	.000	.299	3.343
	LOKASI	.165	.163	.038	2.837	.006	.600	1.666

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)

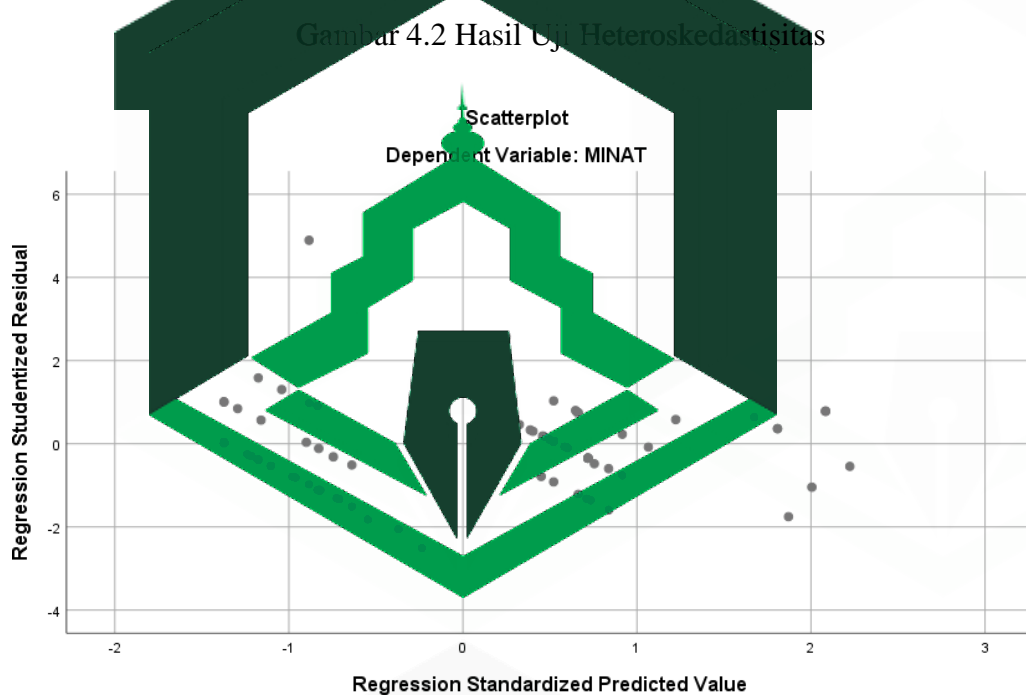
Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 3,560, variabel Pelayanan (X2) sebesar 3,343 dan variabel Lokasi (X3) sebesar 1,666 lebih kecil dari pada 10 atau $3,560 < 10$, $3,343 < 10$ dan $1,666 < 10$. Nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,281, variabel Pelayanan (X2) sebesar 0,299 dan variabel Lokasi (X3) sebesar 0,600 lebih besar dari 0,10 atau $0,281 >$

0,10, 0,299 > 0,10 dan 0,600 > 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen

b. Uji Heterokedastisitas

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



Hasil *output scatterplot* di atas yaitu:

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

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

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Beta		
1 (Constant)	.696	.530	1.315	.192
PENGETAHUAN	-.017	.050	-.340	.734
PELAYANAN	.020	.050	.408	.684
LOKASI	-.004	.041	-.091	.928

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Hasil output heteroskedastisitas menggunakan metode Gletser, yaitu sebagai berikut:

- Variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi $0,734 > 0,05$
- Variabel pelayanan memiliki nilai signifikansi $0,684 > 0,05$
- Variabel lokasi memiliki nilai signifikansi $0,928 > 0,05$

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

2. Analisa Uji Regresi Linear Berganda

Analisis uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui

pengaruh pengetahuan, lokasi dan promosi terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah. Selain itu, juga untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.074	.743		.099	.921
PENGETAHUAN	.413	.071	.491	5.839	.000
PELAYANAN	.281	.070	.330	4.043	.000
LOKASI	.165	.058	.163	2.837	.006

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien variabel pengetahuan (X_1) = 0,413 pelayanan (X_2) = 0,281, lokasi (X_3) = 0,165 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,74 + 0,413 X_1 + 0,281X_2 + 0,165 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Nasabah menggunakan Jasa Pegadaian Syariah

X_1 = Pengetahuan

X_2 = Pelayanan

X_3 = Lokasi

α = Konstanta

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

Dari persamaan tersebut dapat di ambil kesimpulan bahwa:

- a) Nilai Konstanta (α) sebesar 0,74, artinya nilai minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah sebelum dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, pelayanan dan lokasi adalah sebesar 0.74.
- b) $b_1 =$ regresi 0,413 artinya apabila tanggapan responden atas pengetahuan bertambah sebesar satu satuan, maka minat nasabah pun akan meningkat sebesar 0,413 .
- c) $b_2 = 0,281$, yang berarti apabila tanggapan responden terhadap pelayanan positif, maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,281.
- d) $b_3 = 0,165$ yang berarti jika tanggapan responden positif atas lokasi, maka akan meningkatkan minat nasabah sebesar 0,165.

3. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen tingkat pengetahuan, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap variabel dependen minat nasabah. adapun hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0.1 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap minat nasabah.

H1.1: Terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap minat nasabah

H0.2: Tidak terdapat pengaruh secara parsial tingkat pelayanan terhadap minat nasabah

H1.2: Terdapat pengaruh secara parsial tingkat pelayanan terhadap minat nasabah

H0.3: Tidak terdapat pengaruh secara parsial lokasi terhadap minat nasabah

H1.3: Terdapat pengaruh secara parsial lokasi terhadap minat nasabah

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

(a) Jika nilai $\text{sig} < 0.05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

(b) Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel}

(a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.

(b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Tabel 4.7 Hasil Uji Parsial (Uji-t) Apakah pengetahuan, pelayanan, dan lokasi secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.074	.743		.099	.921
PENGETAHUAN	.413	.071	.491	5.839	.000

PELAYANAN	.281	.070	.330	4.043	.000
LOKASI	.165	.058	.163	2.837	.006

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH (Y)

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji persial diatas diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- (1) Variabel tingkat penegetahuan (X1) nilai t_{hitung} sebesar 5,839 > nilai t_{tabel} 1,984 yang berarti bahwa tingkat penegetahuan berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah (Y) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel tingkat pengetahuan (X1) secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo.
- (2) Variabel pelayanan (X2) nilai t_{hitung} 4,043 > nilai t_{tabel} 1,984 yang berarti bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah (Y) tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel pelayanan (X2) secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo.
- (3) Variabel Lokasi (X3) nilai t_{hitung} sebesar 2.837 > nilai t_{tabel} 1,984 artinya bahwa variabel Lokasi (X3) berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah (Y), tingkat signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima , artinya bahwa variabel Lokasi (X3) secara persial berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo.

4. Uji F (Uji Simultan)

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

Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji f) untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara pengetahuan, pelayanan, dan lokasi yang signifikan terhadap minat nasabah

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	434.246	3	144.749	135.564	.000 ^b
	Residual	102.504	96	1.068		
	Total	536.750	99			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH
b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN, PELAYANAN, LOKASI

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji ANOVA diatas menghasilkan F_{hitung} sebesar 135,564 dan F_{tabel} sebesar 2,70 yang diperoleh dari $F(k;n-k) = F(3;100-3)$, karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($135,564 > 2,70$) dan besarnya signifikan $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

5. Uji Kofesien Determinasi (R)

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

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji-R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.803	1.033

a. Predictors: (Constant), LOKASI, PELAYANAN, PENGETAHUAN

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan output diatas diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) pada output *Model Summary* diketahui pengaruh dari ketiga variabel independen (tingkat pengetahuan, pelayanan dan lokasi) terhadap dependen (minat nasabah) dinyatakan dalam nilai R square yaitu sebesar 0,809 atau 80%. Artinya bahwa terdapat 80% pengaruhnya terhadap variabel dependen (minat nasabah) yang bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu tingkat pengetahuan, pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama.

6. Pembahasan

Pembahasan dalam hal ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah dan membahas tentang hasil penelitian . Untuk menjawab rumusan masalah tersebut peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kusioner pada responden yang memiliki jumlah 100 sampel.

Kemudian data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25 agar mempermudah peneliti mengelola data penelitian. Analisis data yaitu diantaranya adalah uji asumsi klasik, yang terdiri dari Uji Normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov*, Uji

multikolinearitas dan Uji Heterokedastisitas dengan menggunakan metode *scatterplot*. Selanjutnya menggunakan analisis regresi linear berganda dan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F) serta Uji Koefisien determinasi (R^2).

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

1. Uji Normalitas Data menunjukkan bahwa hasil uji dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dapat diperoleh hasil nilai signifikan 0,122 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 atau $0,122 > 0,05$ maka kesimpulan yang diperoleh dari uji normalitas data dalam penelitian ini berdistribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas Data Variabel Pengetahuan (X1) sebesar 3,560, variabel Pelayanan (X2) sebesar 3,343 dan variabel Lokasi (X3) sebesar 1,666 lebih kecil dari pada 10 atau $3,560 < 10$, $3,343 < 10$ dan $1,666 < 10$. Nilai *tolerance* pada variabel Pengetahuan (X1) sebesar 0,281, variabel Pelayanan (X2) sebesar 0,299 dan variabel Lokasi (X3) sebesar 0,600 lebih besar dari 0,10 atau $0,281 > 0,10$, $0,299 > 0,10$ dan $0,600 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen
3. Uji Heterokedastisitas Data mengungkapkan bahwa berdasarkan *output scatterplot* dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar di atas/bawah angka nol, titik-titik tidak mengumpul pada satu tempat, serta penyebaran titik-titik data tidak membentuk sebuah pola. Berdasarkan hasil uji

heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot* maka disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Sedangkan hasil uji hipotesis yang dilakukan dengan Uji Parsial (Uji t), Uji Simultan (Uji F) serta Uji Koefisien Determinasi (R^2), dapat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel Pengetahuan (X1), Pelyanan (X2) dan Lokasi (X3) terhadap variabel Minat nasabah (Y) menggunakan pegadaian syariah Kota Palopo, dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

Berdasarkan uji persial (uji t) jika dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikan dimana jika nilai $si < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima) maka variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Pada tabel *coefficients* menunjukan bahwa hasil signifikan dari variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,00 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikasi sebesar 0,05 atau 0,00 $< 0,05$ dan jika dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 5,839 $> t_{tabel}$ 1,984 atau 5,839 $> 1,984$. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh maskur rosyid dan halimatu saidiah yang menyatakan bahwa pengetahuan perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung yaitu diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau 5,123 $> 1,660$ dan nilai signifikasni 0,000 $< 0,05$

dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa faktor pengetahuan mempunyai pengaruh positif terhadap minat nasabah⁶¹.

Pengetahuan masyarakat dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan produk yang mereka miliki, bagi perusahaan memberikan pengetahuan serta pemahaman kepada masyarakat mengenai produk-produk yang dimiliki, maka akan meningkatkan pemahaman mereka serta dapat mendorong minat mereka untuk menggunakan produk/jasa yang ditawarkan⁶²

2. Pengaruh pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

Berdasarkan uji perstai (uji t) pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel pelayanan (X2) sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan jika dilihat dari *t*hitung sebesar 4,043 lebih besar dari *t*tabel 1,984 atau $4,043 > 1,984$ dengan demikian menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini berarti bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitria Nasir (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah. Dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang

⁶¹ Maskur Rosiyid dan Halimatun Saidiah, "Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru, *Jurnal Islaminomic* 7, No 2 , Agustus 2016.

⁶² Abdul Haris Romdhoni, Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ekono Islam i* , no 02(30 Juli 2018)

diberikan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan pegadaian syariah⁶³.

3. Pengaruhn Lokasi terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

Berdasarkan uji persial (Uji t) pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel Lokasi (X3) sebesar 0,006 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau $0,006 < 0,05$ dan jika dilihat nilai t_{hitung} sebesar 2.837 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,984 atau $2.837 > 1.984$, dengan demikian menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Mukhlis Adib (2014) yang membuktikan jika lokasi memiliki pengaruh penting terhadap minat nasabah memilih pegadaian syariah. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hipotesis yang diajukan diterima. Yaitu lokasi mempunyai hubungan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih pegadaian syariah.⁶⁴

Penelitian ini berdasarkan teori Tjiptono yang menyatakan bahwa sebelum mendirikan perusahaan harus mempertimbangkan situasi dan lokasi yang akan digunakan. Karena lokasi tersebut sangat penting dalam upaya menarik konsumen.⁶⁵ Kantor pegadaian syariah di Kota Palopo cukup strategis

⁶³ Fitriani Nasir, Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kualitas terhadap Minat nasabh menggunakan Jasa Rahn pada Kantor PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Banteng, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, 2018.h.73.

⁶⁴ Mukhlis Adib, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk Rahn di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2014).

⁶⁵ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Bandung: AndiOffset, 2014), 159.

lingkungannya juga mendukung serta berada pada pusat keramaian dekat dengan pasar memudahkan warga melihat kantor tersebut.

4. Pengaruh pengetahuan, pelayanan dan lokasi terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah

Berdasarkan hasil uji secara simultan nilai F hitung sebesar 135,564 dan F tabel 2,70 yang diperoleh dari F (K;n-K=F(3=100-3) =3,97), karena nilai F hitung > dari F tabel (135,564 >2,70) dan besarnya sig 0,000<0,05. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

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

1. Hasil pengujian menyatakan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah Kota Palopo. Dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,839 > 1,984$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah Kota palopo, berdasarkan uji t pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari variabel pelayanan sebesar 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 atau $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,043 > 1,984$) jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah Kota palopo. Berdasarkan uji t pada tabel *coefficients* menunjukkan bahwa hasil dari variabel Lokasi sebesar 0,006 dimana hasil tersebut lebih kecil dari taraf signifikan sebesar 0,05 atau $0,006 < 0,05$ nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,837 > 1,984$) jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. Pengetahuan, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah kota palopo. Dimana nilai F hitung $>$ F tabel ($135,564 > 2,70$) dan dilihat pada nilai signikansi $0,000 < 0,05$, ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga jika pengetahuan, pelayanan dan lokasi ditingkatkan maka keputusan masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah semakin meningkat.

Dari hasil uji t variabel pengetahuan, pelayanan, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan pegadaian syariah Kota Palopo dengan melihat hasil penelitian dan uji yang dilakukan pengetahuan dengan nilai t hitung sebesar 5,839 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 4,043. Adapun hasil yang diolah dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan lokasi dengan nilai t hitung sebesar 2,837. Adapun hasil data yang diolah dengan sig $0,006 < 0,05$.

B. Saran

1. Kepada Pegadaian Syariah diharapkan terus menjunjung tinggi nilai keislaman yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist dengan konsisten dan melakukan peningkatan kinerja. Pegadaian syariah harus tetap memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai keunggulan pegadaian syariah agar nasabah tetap menggunakan jasa pegadaian syariah.
2. Kepada peneliti berikutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan perlu adanya penambahan variabel-variabel lain diluar dari variabel yang telah diteliti pada penelitian ini serta nantinya mampu memperkuat penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiba. (2016) *Administrasi Bisnis*, Volume 4, Nomor 3.
- Alfiatur, Rohmania. (2019) Skripsi, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating”, (*Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga*)
- Amah, Nik. (2017) “Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun”, *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* Vol. 2 No.2.
- Anggun, Vika dan Pratiwi, Ratna. (2017) *Skripsi*: “Pengaruh Pendapatan Pegadaian, Harga Emas, Dan Tingkat Inflasi Terhadap Penyaluran Pembiayaan Rahn (Studi Pada Pegadaian Syariah Di Indonesia Tahun 2005-2015)”, (*Surakarta: Institut Agama Islam Negeri Surakarta*)
- Apriani, Indah. (2022). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sultan Thaha Saifuddin Jambi
- Apriliana, Nur. (2017) *Skripsi*: “Pengaruh Sosialisasi Produk Terhadap Minat Nasabah Memilih Pembiayaan Amanah Di Pegadaian Syariah Cabang Cakranegara Kota Mataram”, (*Mataram: UIN Mataram*,).
- Burhanuddin S. (2010). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Palopo
- Djaali. *Psikologi Pendidikan* (Jakarta : Bumi Aksara).
- Fajri, Nurul. (2018) *Skripsi*: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (*Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry*)
- Febdiawan, Randi. (2017) Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah UPS Penurunan Kota Bengkulu, *Skripsi Perbangkan Syari'ah* .
- Foster Bob. (2008). *Manajemen Ritel*,*Bandung: Alfabeta*.
- Hadija, Sitti. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah Kantor Cabang Pegadaian

Syariah (KCPS) Denpasar. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol.1 No.3.

Hasan,Irmayanti. (2011) *Manajemen Operasional Perspektif Integratif* (Malang: UIN MalikiPress)

<https://shareoneayat.com/hadits-ahmad-23017>

Hurlock, Elizabeth . (2009) *Perkembangan Anak*. Jilid 2. Alih Bahasa : Meditasari Tjandasa dan Muslichah Zarkasih. Edisi Ke enam, Jakarta : Erlangga

Hurriyati, Ratih. (2005) *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: CV. Alfabeta)

Husni,Muhammad dkk. (2017) *Pengaruh Suasana Toko dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Mini market Xmart Ulak Karang Padang*, *Arikel Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*, 3.

Kasmir. (2017) *Keberausahaan* (Jakarta: Rajawali Press)

Kementrian Agama RI. (2012) *Al-Quran dan Terjemahan* (Bandung: PT Madina)

Lupiyoadi ,Rambal. (2018) *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat).

Magfirah, Nurul dan Fajri. (2018) *Skripsi: “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (Persero) Syariah Cabang Banda Aceh” (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry)*

Muhammad, Kautsar, Audytra. (2017) *Skripsi: “Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah), (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).*

Nasir, Fitriani.(2018). *Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Rahn Pada kantor PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng*, *Skripsi Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi*.

Nisa, Khoirun, Azizah.(2018). *Skripsi, “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam .” Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri RadenIntan Lampung.*

- Pegadaian, Pegadaian di Kota Palopo, <https://infoalamat.com/> 2020/12/10.
- Rahmawati, Tresna.(2017) *Skripsi*: “Pengaruh Produk Pegadaian Syariah (Tabungan Emas) Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Nasabah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Metroboulevard Cikarang, Bekasi)”, (Bekasi: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Pelita Bangsa)
- Renaldy. (2017). *Skripsi*: “Pengaruh Pembiayaan Rahnterhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Di Pt. Pegadaian Syariah Unit Pasar Perumnas Palembang”, (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang)
- Rokhliwati, Yeni dan Ni'mah, Ziyadatul .(2020) Analisis Strategi Islam PT Pegadaian (persero) Unit Pegadaian Syariah Simpang Lima di Kabupaten Banyuwangi, *Jurnal Ekonomi Syaria'ah* .
- Ruhaniah ,Nia dkk. (2022) Pengaruh Promosi, Kualitas pelayanan, dan implementasi syariah terhadap minat masyarakat menggunakan jasa pegadaian syariah, *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Rukmanasari, Fetti (2017). *Skripsi*: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)”, (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga)
- Rukmanasari, Fetti (2017) *Skripsi*: “Pengaruh Pengetahuan, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Majapahit Semarang)” (Semarang: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Rusniati dan Rahmawati Rini. (2012) Green Product: Pengaruh Pengetahaun Produk, Pengetahuan Pembelian dan Pengetahuan Pemakaian terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Intekna* Vol 19 No 1.
- Sadiyah, Halimatius, (2021) Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Penentu Minat Beli Konsumen, *Jurnal Implementasi Manajemen dan Kewirausahaan* Vol 1 No 2.
- Sari dan Sudrajat. Presepsi Masyarakat Tentang gadai emas di pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol.1. No.2.
- Seftiani, Ayu. (2018). *Skripsi*, Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syari'ah, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Raden Intan Lampung*.

- Siregar, Syofian. (2013) “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta : PT. Bumi Aksara)
- Sugiono. (2004)*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Cet. Ke- 6, (Bandung Alfabeta).
- Sumarwan ,Ujang. (2020). *Perilaku Konsumen*, Ghalilia Indonesia, Bogor .
- Suprpto, Rifqi dan Susanti Maya. (2016) Pengaruh Pengetahuan Produk dan Kepercayaan terhadap Sikap Loyalitas Peserta BPJS kesehatan Daerah Istimewa Yogyakarta,*Buletin bisnis dan manajemen*, Vol 02 No 1.
- Suratno. (2017) *Skripsi: “Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq: Studi Pada Lembaga Amil Zakat DPUDT Bandar Lampung”*, (Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)
- Suratno. (2017). *Skripsi, “Pengaruh Zakat Produktif Terhadap Pemberdayaan Mustahiq: Studi Pada Lembaga Amil Zakat DPUDT Bandar Lampung”*, (Bandar Lampung : Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Tjiptono, Fandy. (2 0 1 4) : *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (Bandung: AndiOffset)
- Tjiptono., Fandy (1997) *Strategi Pemasaran* (Jakarta: Andi Offset)
- Umar, Husai. (2008) *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia *Pustaka* Utama.
- Wahab, Wirdayan (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah di Kota Pekanbaru, *Jurnal lembaga keuangan dan Perbankan*, Vol 1 No 2.:27.



LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN

Dengan hormat,

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

Nama : EKA JUNITA

NIM : 16.0402.0191

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Hormat saya,

Eka Junita

Identitas Responden

Nama :

Tanggal :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 21th 21-30th 31-40th 41 -50th 50th

Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
2. Isilah jawaban berikut sesuai pendapat dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom yang tersedia.
3. Terdapat lima keterangan untuk menjawab variabel Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah Kota Palopo.
 - a. = Sangat tidak setuju (STS)
 - b. = Tidak setuju (TS)
 - c. = Netral (N)
 - d. = Setuju (S)
 - e. = Sangat setuju (SS)

Pengetahun (X1)

Pernyataan

Alternative Jawaban

SS S N TS STS

Pengetahuan Produk

Saya memahami produk-produk yang ada di pegadaian syari'ah

Saya mengetahui manfaat dari penggunaan produk dan jasa pegadaian syari'ah

Pengetahuan Pembelian

Saya memilih produk pegadaian syari'ah karena dapat dijangkau menggunakan aplikasi

Saya mengetahui informasi mengenai pegadaian syari'ah Palopo melalui web dan sosialisasi langsung dari pihak pegadaian syari'ah

Pengetahuan Pemakaian

Saya menggunakan produk pegadaian syari'ah karena sesuai dengan kebutuhan.

Saya merasa puas menjadi nasabah pegadaian syari'ah Palopo karena sesuai dengan prinsip syari'ah

Pelayanan (X2)

Pernyataan

Alternative Jawaban

SS S N TS STS

Kehandalan

Karyawan melayani dengan ramah dan sopan

Karyawan melayani dengan cepat dan teliti serta berusaha menghindari kesalahan

Daya Tanggap

Karyawan memberikan penjelasan dengan jelas dan cepat dalam pelayanan

Kemampuan karyawan menanggapi pertanyaan nasabah dan memahami kebutuhan yang diinginkan nasabah

Empati

Karyawan pegawai Syariah selalu memberikan salam saat memberikan pelayanan kepada nasabah

Karyawan selalu bersikap sabar dalam menghadapi nasabah

Lokasi (X3)

Pernyataan

Alternative Jawaban

SS S N TS STS

Akses

Akses transportasi umum mudah menuju lokasi pegadaian syari'ah

Pegadaian syari'ah dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan raya

Visibilitas

Pegadaian syari'ah memiliki tingkat keamanan yang mendukung

Memiliki kantor yang proporsional/memadai

Strategis

Pegadaian syari'ah berada dikeramaian dan pertokoan tempat orang berlalu lalang

Pegadaian syari'ah berada di lokasi yang mudah ditemukan



Minat Nasabah (Y)

Pernyataan

Alternative Jawaban

SS S N TS STS

Faktor dari dalam diri

Saya memilih pegadaian syari'ah karena sesuai dengan syariat islam

Saya memilih pegadaian syari'ah karena memudahkan nasabahnya

Faktor motif sosial

Saya memilih pegadaian syari'ah karena saran dari teman/keluarga

Saya memilih pegadaian syari'ah karena berada dilingkungan tempat tinggal

Faktor emosional atau perasaan

Saya memilih pegadaian syari'ah karena karyawannya sangat ramah

Saya memilih pegadaian syari'ah karena karyawannya sangat cepat dalam memberikan pelayanan

UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS
PENGARUH PENGETAHUAN, PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP
MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PEGADAIAN SYARIAH KOTA
PALOPO

A. Uji validitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

		Correlations						
		P.PR OD UK 1	P. PRODUK K 2	P.PEMBE LIAN 1	P.PEMB ELIAN 2	P.PEMA KAIAN. 1	P.PEMA KAIAN 2	X1. TOTAL
P. PRODUK 1	Pearson Correlation	1	.598**	.457**	.373*	.089	-.027	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.042	.641	.889	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P. PRODUK 2	Pearson Correlation	.598*	1	.477**	.326**	.085	-.058	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.003	.657	.760	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.PEMBELIAN 1	Pearson Correlation	.457*	.477**	1	.368*	-.062	-.149	.544**
	Sig. (2-tailed)	.011	.008		.046	.745	.432	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.PEMBELIAN 2	Pearson Correlation	.373*	.326*	.368*	1	.341	.427*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.042	.003	.046		.065	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.PEMAKAIAN 1	Pearson Correlation	.089	.085	-.062	.341	1	.415*	.455*
	Sig. (2-tailed)	.641	.657	.745	.065		.023	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30
P.PEMAKAIAN 2	Pearson Correlation	-.027	-.058	-.149	.427*	.415*	1	.383*
	Sig. (2-tailed)	.889	.760	.432	.018	.023		.036
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1. TOTAL	Pearson	.731*	.757**	.544**	.810**	.455*	.383*	1

	Correlation	*						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.012	.036	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

2. Variabel Pelayanan (X2)

		Correlations						
		KEHANDALAN 1	KEHANDALAN 2	DAYA TANGGA P 1	DAYA TANGGA P 2	EMPA TI 1	EMPA TI 2	X2 TOTAL
Kehandalan	Pearson Correlation	1	.489	.367*	.328	-.045	-.261	.466**
	Sig. (2-tailed)		.006	.046	.077	.811	.164	.009
	N	30	30	30	30	30	30	30
Kehandalan2	Pearson Correlation	.489**	1	.572**	.369*	-.012	-.135	.573**
	Sig. (2-tailed)	.006		.001	.045	.951	.476	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Dayatanggap	Pearson Correlation	.367*	.572**	1	.674**	.259	-.042	.748**
	Sig. (2-tailed)	.046	.001		.000	.168	.827	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Dayatanggap2	Pearson Correlation	.328	.369*	.674**	1	.437*	.283	.842**
	Sig. (2-tailed)	.077	.045	.000		.016	.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Empati	Pearson Correlation	-.045	-.012	.259	.437*	1	.470**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.811	.951	.168	.016		.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Empati2	Pearson Correlation	-.261	-.135	-.042	.283	.470**	1	.404*
	Sig. (2-tailed)	.164	.476	.827	.130	.009		.027
	N	30	30	30	30	30	30	30

X2	Pearson Correlation	.466**	.573**	.748**	.842**	.631**	.404*	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.000	.000	.027	
	N	30	30	30	30	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

3. Variabel Lokasi (X3)

		Correlations					
		AKSES 1	AKSES 2	VISIBILIT AS 1	VISIBILIT AS 2	strategis1	strategis2
AKSES 1	Pearson Correlation	1	.217	.164	.276	.093	.148
	Sig. (2-tailed)		.248	.388	.140	.627	.436
	N	30	30	30	30	30	30
AKSES 2	Pearson Correlation	.217	1	.342	.117	.433*	.600**
	Sig. (2-tailed)	.248		.064	.539	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30
VISIBILIT AS 1	Pearson Correlation	.164	.342	1	.592**	.334	.431*
	Sig. (2-tailed)	.388	.064		.001	.071	.017
	N	30	30	30	30	30	30
VISIBILIT AS 2	Pearson Correlation	.276	.117	.592**	1	.286	.356
	Sig. (2-tailed)	.140	.539	.001		.126	.053
	N	30	30	30	30	30	30
STRATEGI S 1	Pearson Correlation	.093	.433*	.334	.286	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.627	.017	.071	.126		.000
	N	30	30	30	30	30	30
STRATEGI S 2	Pearson Correlation	.148	.600**	.431*	.356	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.436	.000	.017	.053	.000	
	N	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).							
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

4. Variabel Minat Nasabah (Y)

		Correlations						
		F.DALAM 1	F.DALAM 2	F.MOTIF 1	F.MOTIF 2	F.SOSIAL 1	F.SOSIAL 2	Y
F. DALAM 1	Pearson Correlation	1	-.020	-.028	-.042	-.028	-.028	.270
	Sig. (2-tailed)		.918	.882	.827	.882	.882	.149
	N	30	30	30	30	30	30	30
F.DALAM 2	Pearson Correlation	-.020	1	-.050	.473**	-.050	.695**	.473**
	Sig. (2-tailed)	.918		.795	.008	.795	.000	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30
F.MOTIF 1	Pearson Correlation	-.028	-.050	1	.681**	.464**	.464**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.882	.795		.000	.010	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
F.MOTIF2	Pearson Correlation	-.042	.473**	.681**	1	.681**	.681**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.827	.008	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
F.SOSIAL 1	Pearson Correlation	-.028	-.050	.464**	.681**	1	.464**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.882	.795	.010	.000		.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
F.SOSIAL 2	Pearson Correlation	-.028	.695**	.464**	.681**	.464**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.882	.000	.010	.000	.010		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.270	.473**	.681**	.904**	.681**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.149	.008	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

B. Uji Reabilitas

1. Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	6

2. Variabel Pelayanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	6

3. Variabel Lokasi (X3)

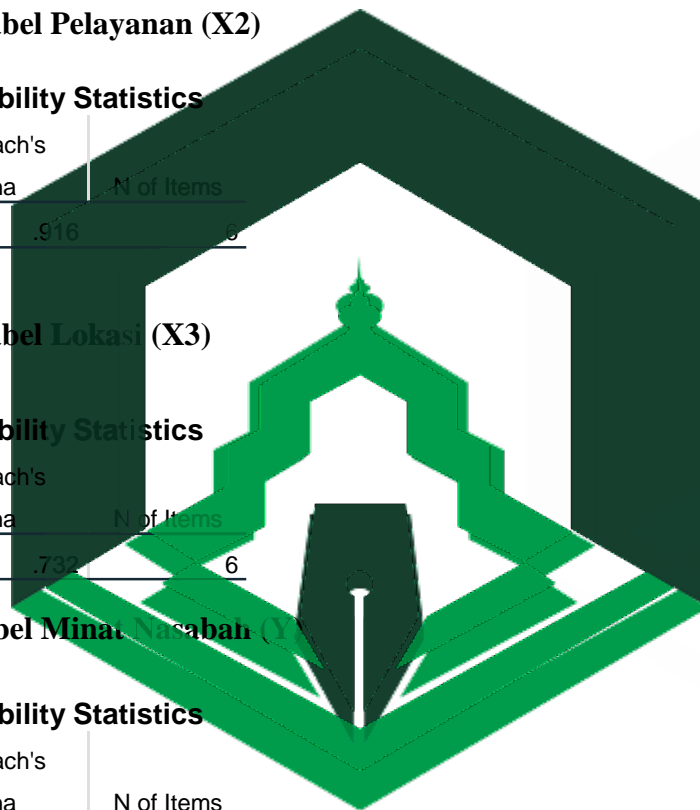
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	6

4. Variabel Minat Nasabah (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	6



HASIL CEK TURNITIN

SH1

ORIGINALITY REPORT

23%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	5%
2	repository.ar Internet Source	1%
3	text com	1%
4	.com Source	1%
5	.walisongo Source	1%
6	cribd.co Source	1%
7	ub Source	<1%
8	badm Internet Source	<1%
9	id.123dok.co Internet Source	<1%

10	repository.ub.ac.id Internet Source	<1%
11	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
12	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1%

NOTA DINAS TIM VERIFIKASI

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO

NOTA DINAS

Lamp. :
Hal : Skripsi an. Eka Junita
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi

Nama :
No. : 06 0402 0191

: Perbankan Syariah

pski : Pengaruh Pengetahuan, Pelayanan dan Minat terhadap Minat Nasabah Menggunakan Pegadaian Syariah IAIN Palopo

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

memenuhi ketentuan sebagaimana dalam Buku Pedoman Penelitian Skripsi,

dan Artikel Ilmiah yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Palopo.

sesuai dengan kaidah kebahasaan sebagaimana terdapat dalam Pedoman

Umum Ejaan Bahasa Indonesia

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

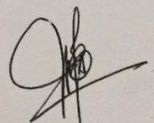
Tim Verifikasi

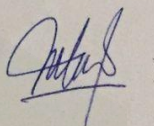
1. Hamida, S.E.Sy., M.E.Sy

tanggal :

2. Megasari, S.Pd., M.Sc

tanggal : 10/7/2023

()

()

SURAT IZIN PENELITIAN



DOKUMENTASI PENELITIAN











RIWAYAT HIDUP



Eka Junita, lahir di Desa Lodang pada tanggal 11 Juni 1997. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan seorang ayah Arpa M. dan ibu Jumsia P. saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Lodang, Kec. Seko, Kab. Luwu Utara. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2009 di SDN 074 Lodang dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 2 Sabbang hingga tahun 2012 dan melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Ramba Madya Bogor hingga tahun 2015.

Penulis melanjutkan pendidikannya di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah S1. Berkat doa kedua orang tua, serta dengan ketekunan, motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan ~~pengerjaan~~ tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini nantinya mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa Syukur yang sebesar-besarnya atas terselesainya skripsi yang berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN, PELAYANAN dan LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PEGADAIAN SYARIAH KOTA PALOPO**.
Contact Person Penulis: ejunita43@gmail.com