



VECTIS

**PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI, LOKASI, DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS**

**(Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-
Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

SUWARTI

1817201245

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Suwarti

NIM : 1817201245

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas).**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 09 Juni 2022

Saya yang menyatakan,



Suwarti

NIM. 1817201245



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal A. Yani, No. 54 Purwokerto 53126
Telepon (0281) 630626; Faksimili (0281) 636553; www.febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul
**PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAPAN KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH PRODUK GADAI EMAS.**

**(Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-
Banyumas)**

Yang disusun oleh Saudara **Suwarti NIM 1817201245** Jurusan/Program Studi
Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin
Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Rabu tanggal **22 Juni 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi
(S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Atabik, M. Ag
NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Kholilur Rahman, Lc., M. A
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

Sarpini, M.E. Sy.
NIP19830404 201801 2 001

Purwokerto, 24 Juni 2022
Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada,

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Suwarti NIM 1817201245 yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas).

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 09 Juni 2022

Pembimbing,



Sarpini, M.E. Sy.

NIP. 19830404 201801 2 001

**THE INFLUENCE OF PRICE QUALITY, PROMOTION, LOCATION
AND QUALITY OF SERVICE ON CUSTOMER DECISIONS IN
CHOOSING GOLD PAID PRODUCTS**

**(Case Study of Customers at PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-
Banyumas)**

By : Suwarti

ID Number: 1817201245

Email: Suwarti3009@gmail.com

Study Program of Islamic economic Islamic Economic and Business Faculty State
Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Pegadaian is a non-bank financial institution that is engaged in credit financing (providing loans) to the public on the basis of the law of pawning. By bringing movable goods collateral to the pawnshop, customers can receive loan money through the KCA (Fast Secured Credit) pawn product in the form of gold to overcome all needs when experiencing limited money. In PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas there is a capital lease term which is the amount of money that is the customer's obligation to the pawnshop as a result of the loan received by the customer, the amount is calculated based on a certain rate and period. The maximum term of the loan is four months and can be extended by paying only the capital lease or paying the loan in installments, ordinary credit capital lease or called interest. Knowing the wants and needs of customers and the marketing environment that influences them makes it easier for borrowers to carry out strategies to attract customers' interest. The strategy used is the marketing mix strategy which includes price quality, promotion, location and service quality. The quality of the price can be seen from the pawned goods. If the goods being mortgaged are of high quality, the price for the loan will be higher and vice versa. To attract customers' interest, it is necessary to determine a strategic location because determining the location of the office along with facilities and infrastructure is very important. This is because customers can reach the location easily because if the location is not strategic, it will reduce customer interest in dealing with the office. Promotion is the most powerful means to attract and retain customers. Service quality is the behavior of producers in order to meet customer needs and desires in order to achieve customer satisfaction. In this study, the general problem raised is how the level of customer decision in choosing a gold pawn product affects whether it is due to price quality, promotion, location or service quality.

Based on the objectives of this research, it is a quantitative descriptive research. The variable in this study is a single variable, namely the level of customer decisions. Research data was collected using a questionnaire to 100 respondents. Then the data were analyzed by simple statistics, namely the percentage, validity test, reliability test, hypothesis testing, t test and f test. The results showed that: price quality, promotion, location and service quality significantly influence

customer decisions in choosing gold pawn products for PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas customers.

It is hoped that PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas is able to maintain and even improve the quality of attractive prices, promotions, locations and service quality because basically the results of this study are the promotional factors that most influence customer decisions in choosing gold pawn products. For further research, it is expected to be able to use more variant variables outside of the price quality, promotion, location and service quality variants that affect customer decisions in choosing gold pawn products for PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas customers. This is because in the study, these four variables were able to explain 64.5% of the variation in customer decisions.

Keywords: Price Quality, Promotion, Location, Service Quality, Customer Decision.



PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS

(Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas)

Oleh : Suwarti

NIM: 1817201245

Email: Suwarti3009@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Pegadaian merupakan lembaga keuangan bukan bank yang bergerak dalam bidang pembiayaan kredit (memberikan pinjaman) kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Dengan membawa jaminan barang bergerak ke pegadaian nasabah dapat menerima uang pinjaman melalui produk gadai KCA (Kredit Cepat Aman) yang berupa emas untuk mengatasi segala kebutuhan saat mengalami keterbatasan uang. Di dalam PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas terdapat istilah sewa modal yang merupakan jumlah uang yang menjadi kewajiban nasabah pada pihak pegadaian sebagai akibat pinjaman yang diterima oleh nasabah besarnya dihitung berdasarkan tarif dan jangka waktu tertentu. Jangka waktu pinjaman maksimal empat bulan dan dapat diperpanjang dengan membayar sewa modal saja atau mengangsur uang pinjaman, sewa modal kredit biasa atau disebut bunga. Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang memengaruhinya memudahkan peminjaman untuk melakukan strategi guna menarik minat nasabah. Strategi yang dilakukan yaitu strategi bauran pemasaran yang meliputi kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan. Kualitas harga dapat dilihat dari barang yang digadaikan. Apabila barang yang digadaikan berkualitas maka harga peminjamannya akan semakin tinggi dan sebaliknya. Untuk menarik minat nasabah harus menentukan lokasi yang strategis karena penentuan lokasi kantor bersama sarana dan prasarana menjadi sangat penting. Hal ini disebabkan agar nasabah dapat menjangkau lokasi dengan mudah karena apabila lokasi tidak strategis akan mengurangi minat nasabah yang berhubungan dengan kantor. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri. Dalam penelitian ini, masalah umum yang dikemukakan adalah bagaimana tingkat keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas

apakah berpengaruh karena kualitas harga, promosi, lokasi atau kualitas pelayanannya.

Berdasarkan tujuannya penelitian ini termasuk penelitian *deskriptif* kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu tingkat keputusan nasabah. Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuisioner kepada 100 responden. Kemudian data dianalisis dengan statistik sederhana yaitu prosentase, uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.

Diharapkan PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas mampu mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan yang menarik karena pada dasarnya pada hasil penelitian ini faktor promosilah yang paling mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lebih varian lagi diluar varian kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas. Hal ini dikarenakan dalam penelitian, keempat variabel tersebut mampu menjelaskan 64,5 % variasi keputusan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Harga, Promosi, Lokasi , Kualitas pelayanan, Keputusan Nasabah

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam menyusun skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Tsa	Ts	Tse
ج	jim	j	Je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	z	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	zai	z	Zet
س	sin	s	Es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	şad	<u>s</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis di bawah)
ط	ta	<u>t</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	za	<u>z</u>	zet (dengan garis di bawah)

ع	‘ ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	Ge
ف	fa’	f	Ef
ق	qaf	q	Qi
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	‘el
م	mim	m	‘em
ن	nun	n	‘en
و	waw	w	W
ه	ha’	h	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عِدَّة	ditulis	‘iddah
--------	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ’
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta’ marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفظر	ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	A
ِ	Kasrah	ditulis	I
ُ	Dammah	ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جَاهِلِيَّة	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya' mati	ditulis	A
	تَنَس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya' mati	ditulis	I
	كَرِيم	ditulis	Karîm
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فَرَوْض	ditulis	Furûd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	a'antum
أَعَدَّتْ	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

الْقِيَّاس	ditulis	al-qiyâs
------------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah

yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السَّمَاء	Ditulis	As-samâ
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذَوَى الْفُرُوضِ	Ditulis	Zawi al-furûd
------------------	---------	---------------



MOTTO

"Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan"

(QS. Al-Insyiroh: 6)

Kejarlah cita-citamu sebelum dikejar oleh cintamu dan berikanlah senyummu untuk orang yang menyayangimu.

Berbuat baiklah kepada semua orang dan jangan berprasangka buruk kepada orang itu, karena kamu belum tahu isi hatinya.

(Suwarti)



VECTIS

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk kedua orang tua, Bapak Suratman dan Ibu Tugini yang selalu memberikan dukungan dan doa yang selalu dipanjatkan serta limpahan kasih sayang dan motivasi yang tiada hentinya.
2. Untuk kakak-kakak saya, Miftahuzuhdi, Lasmiyanti, Mei Prehatin, Satrio, Nifsa Retna Sari dan Jaka Budi yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk keluarga besar Almarhum Mbah Dulah Kasturi yang sudah memberikan do'a, dukungan dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk teman-teman saya Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Purwanegara yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang sudah memberikan do'a, dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas)".

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz., M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. H. Slamet Akhmadi, M.S.I, selaku Sekjur Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Sarpini, M.E. Sy, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dukungan, masukan, motivasi dan saran selama penyusunan skripsi ini.
7. Segenap dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

8. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
9. Pihak PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas, Bapak Sugito selaku Pimpinan Cabang beserta semua karyawan yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
10. Kedua orangtua tercinta, Bapak Suratman dan Ibu Tugini yang senantiasa mendoakan, menyemangati, dan memberi perhatian dan kasih sayang.
11. Saudara penulis, Mas Miftah, Mas Satrio, Mas Jaka, Mba Yanti, Mba Atin, Mba Nifsa yang selalu mendo'akan dan memberi semangat.
12. Keluarga besar (alm) Mbah Dulah Kasturi yang telah meberikan kasih sayang, do'a dan dukungan kepada penulis.
13. Keluarga dalem Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Pabuaran, Abah Mukti, Ibu Ulfa, Ning Mia, Gus Syafiq, Ning Sholi, Gus Aam, Gus Cholil, Gus Fajrul dan Gus Arsyad yang telah mendoakan dan memberi bimbingan ilmu, semoga Allah SWT membalas kebaikan beliau.
14. Segenap guru dan ustadz/ustadzah saya yang telah memberikan bimbingan ilmu dan memberikan doa kepada saya, semoga Allah SWT membalas kebaikan beliau.
15. Teman dari semester awal sampai akhir ini kelas VIII Ekonomi Syariah F, terimakasih telah menyemangati sampai menyelesaikan skripsi ini.
16. Teman-teman PPQ Al-Amin Purwanegara, Ani, Sevia, Thoriqoh, Mia, Afifah, Umi, Narimah, Adel, Riyana, Tuti, Dalfa, Lafi, Zulfa, Ika, Isti dan teman-teman lainnya terimakasih sudah banyak membantu mendo'akan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
17. Segenap Keluarga CEO (*Comunity Enterpreuner Organisation*) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Tanpa adanya bantuan kalian semua, proses penyelesaian skripsi ini tentu tidak berjalan dengan lancar. Meskipun penulis sudah sebaik mungkin menyelesaikan skripsi ini, tentu masih banyak kekurangan yang

ada. Untuk itu, saran dan kritik sangat diterima untuk memperbaiki karya tulis kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin Ya Robbal'amin.

Purwokerto, 09 Juni 2022



Suwarti

1817201245



VECTIS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	ix
MOTTO	xiii
PERSEMBAHAN	xiv
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	10
B. Landasan Teologis	17
C. Kajian Pustaka	25
D. Kerangka Penelitian	31
E. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Tempat Penelitian.....	33
B. Subyek dan Obyek Penelitian.....	33

C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
D. Variabel dan Indikator Penelitian	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data.....	38

BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
B. Tingkat Pengembalian Kuesioner	47
C. Karakteristik Responden	48
D. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	55
E. Uji Asumsi Klasik.....	59
F. Uji Hipotesis.....	65
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	69

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA	81
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	85
--------------------------------	-----------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134
-----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Nasabah Gadai KCA, KRASIDA dan Fleksi PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3 Indikator Penelitian	36
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	47
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Usia Responden.....	49
Tabel 4.4 Agama Responden.....	51
Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Responden	52
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden.....	53
Tabel 4.7 Penghasilan Responden	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolimiieritas.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Park.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogro-Smirnov.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Persamaan Linear.....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji T test (Parsial)	66
Tabel 4.15 Hasil Uji F test (Simultan).....	67

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 68

Tabel 4.17 Kesimpulan Uji 76



VECTIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian.....	31
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin.....	49
Gambar 4.2 Diagram Usia Responden.....	50
Gambar 4.3 Diagram Agama Responden.....	51
Gambar 4.4 Diagram Pendidikan Terakhir Responden	52
Gambar 4.5 Diagram Pekerjaan Responden	53
Gambar 4.6 Diagram Penghasilan Per Bulan Responden.....	55
Gambar 4.7 Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.8 Grafik Normal Probability Plot	63



VECTIS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesuai Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 disebutkan: *“Gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau oleh seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara didahulukan dari pada orang-orang berpiutang lainnya; dengan pengecualian biaya untuk melelang barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan.* Pegadaian merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank yang memberikan pinjaman kepada masyarakat dengan ciri khusus, yaitu secara hukum gadai (Martono:2009).

Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern, beberapa lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank maupun non bank, seperti Pegadaian Konvensional dan beberapa Bank Konvensional membuat inovasi di dalam produk investasi menggunakan emas yakni sebagai instrumennya. Inovasi berbentuk investasi emas ini tentunya mempunyai keunggulan masing-masing yang diperuntukan bagi masyarakat atau nasabah yang ingin berinvestasi dengan emas yang tentunya sangat menguntungkan (Ismail:2011).

Dalam dunia perbankan terdapat produk-produk pendanaan maupun penghimpunan dana yang di tawarkan kepada masyarakat dimana dalam transaksi semua produk menggunakan sistem konvensional. Salah satu perkembangan produk yang terjadi dalam dunia perbankan yaitu adanya produk Gadai Emas. Gadai emas bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan prinsip tolong menolong. Produk gadai emas merupakan produk pembiayaan yang menarik dan banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat karena gadai emas dapat menjadi solusi terbaik untuk masyarakat atau nasabah yang membutuhkan modal kerja atau modal konsumtif secara cepat dengan hanya menggadaikan emas yang dimiliki, selain itu proses pengembalian pinjaman gadai sangat fleksibel sesuai kemampuan dan saat jatuh tempo dapat diperpanjang kembali jangka waktunya sesuai perjanjian yang berlaku (Pratiwi, 2019).

Pegadaian mempunyai dua unit usaha ialah gadai konvensional dan gadai syariah. Pegadaian (Persero) meluncurkan suatu produk gadai yang berbasiskan prinsip-prinsip konvensional sesuai dengan hukum. Perkembangan produk-produk keuangan berbasis konvensional juga makin gempar serta mulai banyak yang diminati oleh masyarakat Indonesia, tidak terkecuali pegadaian. Pegadaian sendiri ialah lembaga keuangan yang menyalurkan pinjaman dengan dasar hukum gadai yang mempunyai tujuan untuk mencegah praktik pegadaian gelap, praktik riba dan pinjaman tidak wajar (Randi: 2014)

Adapun inovasi produk dan layanan yang dikembangkan perseroan dalam bisnis gadai antara lain:

1. Memperluas *distribution channel* melalui pendirian agen khususnya pada daerah yang belum terjangkau *outlet* pegadaian sekaligus untuk merangkul para pesaing atau calon pesaing dalam bisnis gadai.
2. Mengembangkan layanan berbasis digital (Pegadaian Digital Service/PDS) guna memudahkan aksesibilitas oleh nasabah dalam berinteraksi produk-produk pegadaian termasuk produk gadai.
3. Melakukan diversifikasi produk gadai dengan menambah varian agunan yaitu tabungan emas yang dapat diakses oleh nasabah tanpa harus datang ke *outlet* melainkan cukup *Mobile Application Pegadaian Digital*.

Di dalam PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas terdapat istilah sewa modal yang merupakan jumlah uang yang menjadi kewajiban konsumen kepada pihak pegadaian sebagai akibat pinjaman yang diterima oleh konsumen, besarnya dihitung berdasarkan tarif tertentu dan jangka waktu tertentu. Jangka waktu peminjaman maksimal 4 bulan dan dapat diperpanjang dengan membayar sewa modal saja atau mengangsur sebagian uang pinjaman, dan sewa modal dalam kredit biasa disebut bunga. Bunga merupakan sejumlah uang yang dibayar atau untuk penggunaan modal.

Dengan diketahuinya keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang memengaruhinya memudahkan peminjaman untuk melakukan strategi guna menarik minat nasabah. Strategi yang dilakukan yaitu strategi bauran pemasaran yang meliputi produk (*product*), harga

(*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*). Kualitas harga dapat dilihat dari barang yang akan digadaikan. Apabila barang yang digadaikan berkualitas maka harga pemijamannya akan semakin tinggi dan sebaliknya. Untuk menarik minat nasabah harus menentukan lokasi yang strategis karena penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar nasabah dapat menjangkau lokasi dengan mudah, karena apabila lokasi tidak strategis akan mengurangi minat nasabah berhubungan dengan kantor. Kualitas pelayanan mempengaruhi minat konsumen karena dimana kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Selain lokasi dan kualitas pelayanan yang dapat menarik minat konsumen yaitu promosi. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik minat nasabah yang baru. Dalam hal ini bagi nasabah baru mendapatkan pulsa 10.000 dan bagi nasabah yang menggadaikan dengan harga tinggi (sering melakukan gadai) mendapatkan souvenir seperti payung, gelas, jam dan lain-lain.

Dalam era globalisasi saat ini banyak perusahaan menaruh perhatian kepada kepuasan nasabah karena dewasa ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan keputusan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing. Pada prinsip setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa kualitas harga dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi keputusan konsumen/nasabah. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan keputusan sebagaimana yang diharapkan.

UPC PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas merupakan salah satu lembaga keuangan konvensional yang ada di kabupaten Banyumas tepatnya di kecamatan Sumpiuh. Kantor pusat PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas tepatnya di kota Purbalingga. PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas menjalankan kegiatan penghimpunan dana dari masyarakat (baik dana sosial maupun bisnis), serta menyalurkan dana tersebut dalam bentuk peminjaman.

PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas menawarkan produk pinjaman yang beragam, meliputi: Produk KCA (Kredit Cepat Aman), Gadai Prima, Krasida (Kredit Sistem Gadai), Kreasi (Kredit Angsuran Fidusia), Tabungan Emas dan Arum Haji. Setoran pinjaman tersebut mudah dijangkau oleh nasabah, persyaratan peminjaman yang mudah yaitu hanya dengan menggunakan Fotocopy KTP, mengisi formulir gadai dan menyerahkan barang yang digadaikan.

Fasilitas pelayanan yang diberikan PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas yaitu memberikan kenyamanan, kemudahan serta keamanan bagi nasabah berupa pelayanan dari karyawan yang sopan, ramah, tanggap, profesional serta mampu melayani dengan cepat dan tepat. Selain itu, UPC PT Pegadaian Sumpiuh juga menawarkan kemudahan transaksi dengan aplikasi berupa PDS (*Pegadaian Digital Service*), sehingga nasabah tetap bisa membayar perpanjangan dan menabung tanpa harus ke kantor pegadaian (www.Pegadaian.co.id).

Berikut adalah jumlah nasabah Gadai Emas, Krasida, fleksi di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas bulan Agustus-Desember.

Tabel 1.1

**Jumlah Nasabah Gadai KCA, Krasida dan Fleksi PT Pegadaian
(Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas
Bulan Agustus-Desember**

Bulan	Gadai Emas	Gadai Krasida	Gadai Fleksi
Agustus	105	1	-

September	269	3	4
Oktober	297	3	5
November	367	5	9
Desember	537	5	19

Sumber data: PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas

Dari tabel di atas, terlihat jumlah nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas setiap bulannya mengalami peningkatan. Pada bulan Desember jumlah nasabah untuk gadai emas sebanyak 537 orang, krasida sebanyak 5 orang dan fleksi sebanyak 19 orang. Dari uraian di atas terbukti bahwa jumlah nasabah yang paling banyak minatnya adalah gadai emas. Hal ini masyarakat yang memutuskan untuk menggadai di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas sebab adanya promosi yang dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas upaya menarik minat nasabah untuk meminjam, yaitu dengan cukup promosi personal karyawan kepada calon nasabah, dari mulut ke mulut nasabah, ke calon nasabah disertai dengan menginformasikan bahwa nasabah baru mendapatkan bonus pulsa dan pelanggan setia mendapatkan souvenir (payung, gelas). Dimana hal tersebut merupakan upaya meningkatkan citra perusahaan dimata nasabah atau masyarakat, serta upaya agar nasabah bisa mengenal pegadaian lebih dekat, yang mana dengan ikut kegiatan tersebut nasabah akan selalu mengingat Pegadaian tersebut dan diharapkan akan menarik nasabah (Kasmir, 2005).

Menurut observasi awal dengan mewancarai empat orang nasabah pegadaian yaitu Ibu Kartinah mengatakan bahwa pegadaian konvensional merupakan wadah untuk memudahkan masyarakat dalam meminjam uang dengan menjaminkan barang berharga, dibandingkan bila meminjam uang kepada oknum atau individual dikarenakan lebih aman dan terpercaya juga di samping itu barang yang digadaikan dirawat dengan biaya pemeliharaan yang tidak terlalu tinggi. Yang kedua hasil wawancara dengan ibu Endang beliau mengatakan bahwa dengan hadirnya pegadaian konvensional maka akan memudahkan masyarakat yang kekurangan dana untuk memperoleh dana

dengan proses yang cepat dan mudah cukup dengan syarat KTP, angsurannya juga bisa dibayar dengan mencicil sehingga masyarakat tidak merasa kesulitan dalam membayar angsurannya dan juga barang yang dititip aman. Selaras dengan hal itu, ibu Siti Fatimah mengatakan hal yang senada, bahwa pegadaian syariah menjalankan sesuai dengan motto mereka yaitu “mengatasi masalah tanpa masalah” dengan cerminan proses yang cepat dan syarat mudah serta pelayanan yang diberikan sangat memuaskan. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Yanti mengatakan bahwa tujuan untuk berinvestasi serta tidak dipengaruhi oleh faktor promosi yang dilakukan oleh pegadaian itu sendiri.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rukmanasari (2017) tentang pengaruh pengetahuan, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menggunakan jasa pegadaian syariah terlihat bahwa variabel promosi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Dan penelitian yang dilakukan oleh Ningrum dan Wibowo (2019), menunjukkan bahwa faktor lokasi dan promosi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah. Fajri (2018) juga telah melakukan penelitian tentang pengaruh promosi dan lokasi terhadap minat nasabah menggunakan jasa PT Pegadaian (Persero) Syariah cabang Banda Aceh terlihat bahwa variabel lokasi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan Nasution (2018), melakukan penelitian tentang Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat masyarakat lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah, terlihat bahwa variabel promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat III Pasar Sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan, maka perumusan masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Apakah kualitas harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas?
2. Apakah promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas?
5. Apakah kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menganalisis pengaruh kualitas harga terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.
 - b. Menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.
 - c. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.
 - d. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

- e. Menganalisis pengaruh kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Secara umum penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pengembangan ilmu pengetahuan dan pada dunia bisnis khususnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada calon pelanggan dan pelanggan dalam memilih produk pegadaian serta pelayanan yang diberikan pegadaian cabang Sumpiuh Kabupaten Banyumas.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi pegadaian

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan bagi pihak gadai, khususnya Pegadaian Cabang Sumpiuh untuk terus memperhatikan dan meningkatkan produk dan pelayanan kepada pelanggan.

2) Bagi praktisi dan pihak lain yang terkait

Hasil penelitian ini dapat menunjukkan gambaran tentang pengaruh kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas, serta juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk dilaksanakannya penelitian.

3) Bagi peneliti lain

Sebagai masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang materi yang diteliti yaitu tentang pengaruh kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

4) Bagi mahasiswa

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi di dalam proses penelitian lanjutan tentang pengaruh

kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

D. Sistematika Pembahasan

Penyusunan penelitian yang dilakukan ini terdiri dari 5 (lima) bab, dengan sistematika penelitian sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah dari penelitian, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian, tujuan dan manfaat penelitian yang dilakukan serta sistematika penulisan.

2. BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi pembahasan tentang landasan teori dan referensi yang akan memberikan pengertian dasar yang membahas teori yang dipakai dalam melandasi penelitian ini.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode yang digunakan dalam penelitian, identifikasi dan definisi operasional variabel, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pembahasan, yang berisi tentang pengaruh kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas (studi kasus pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas).

5. BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang rangkuman dari hasil penelitian yang dilakukan yang terdiri atas kesimpulan, saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kualitas harga

a. Pengertian kualitas harga

Harga adalah sebuah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2007:304). Dari definisi tersebut dapat dipahami bahwa harga merupakan penukaran sebuah produk atau jasa yang dibayar dengan sejumlah nilai dengan syarat-syarat tertentu.

Menurut Ali kualitas adalah keunggulan suatu produk atau jasa untuk memenuhi tingkat kebutuhan sebagai penilaian pelanggan (Ali Hasan:2009). Pada dasarnya tujuan penetapan harga antara lain (swastha:2008):

- 1) Meningkatkan penjualan.
- 2) Memperbaiki dan mempertahankan *market share* (pangsa pasar).
- 3) Stabilitas harga.
- 4) Mencapai laba maksimum

Adapun metode dalam penetapan harga (Fandy:2008) antara lain:

1) *Skimming pricing*

Strategi ini ditetapkan dengan penurunan harga pada saat persaingan mulai ketat dan menetapkan harga tinggi bagi suatu produk baru atau inovatif sama tahap pengenalan.

2) *Penetration pricing*

Dalam strategi ini perusahaan mengharapkan akan memperoleh volume penjualan yang besar dalam waktu relatif singkat dengan cara memperkenalkan produk baru dengan harga rendah.

3) Harga dapat digunakan oleh pelanggan sebagai ukuran kualitas atau *prestige pricing* suatu barang atau jasa. *Prestige pricing* adalah pedulinya konsumen yang tertarik dengan produk yang ditetapkan dalam tingkat harga tinggi.

4) *Price lining*

Digunakan apabila perusahaan menjual produk lebih dari satu jenis. *Price lining* dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- a) Setiap item barang dijual produsen dengan harga yang sama dengan pengecer. Kemudian persentase *markup* yang berbeda untuk masing-masing item ditambahkan oleh pengecer, sehingga tingkat harganya berbeda. Perbedaan tersebut didasari oleh warna, model dan permintaan yang dihadapi.
- b) Produk dengan tingkat harga yang berbeda-beda dirancang produsen dan presentase *markup* yang relatif sama ditambah oleh pengecer, sehingga harga jual yang ditawarkan kepada konsumen akhir akan bervariasi.

5) *Odd-even pricing*

Secara psikologis penjual mengira produk yang akan dibeli lebih murah untuk menetapkan harga yang ganjil akan sedikit dibawah harga yang telah ditentukan.

6) *Demand-backward pricing*

Pelanggan menerima penentuan harga akhir dan perusahaan terhadap pelanggan menentukan apa yang dibebankan.

7) *Bundle pricing*

Merupakan satu harga paket dalam strategi pemasaran dua atau lebih produk. *Bundle pricing* didasarkan pada pandangan bahwa

nilai masing-masing item secara individual lebih dihargai oleh konsumen.

2. Promosi

a. Pengertian promosi

Promosi merupakan informasi yang diberikan kepada calon konsumen mengenai produk yang dapat memenuhi konsumen untuk mereka agar membeli atau menggunakan (Buchari Alma, 2011:124). Sedangkan menurut Philip Kotler dalam Freddy Rangkuti (2009:177) promosi didefinisikan sebagai kegiatan perusahaan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan manfaat dan meyakinkan konsumen agar membeli atau menggunakan produknya.

Menurut Tjiptono (2001:219) promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya penyebaran informasi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan yang diusahakan oleh aktifitas pemasaran.

b. Fungsi promosi

- 1) Mencari dan mendapatkan perhatian dari calon pembeli, maksudnya perhatian dari calon pembeli harus diperoleh, karena merupakan titik awal proses pengambilan keputusan di dalam membeli suatu barang atau menggunakan suatu jasa.
- 2) Menciptakan dan menumbuhkan *intensi* pada diri calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan oleh seseorang mungkin akan dilanjutkan pada tahap berikutnya atau berhenti. Maksud dari pernyataan pada tahap berikutnya adalah timbulnya rasa tertarik yang menjadi fungsi utama dari kegiatan promosi.
- 3) Rasa ingin tahu (*desire*) calon pembeli untuk memiliki barang yang ditawarkan yang telah dikembangkan. Timbulah rasa untuk memilikinya setelah seseorang tertarik kepada sesuatu. Rasa ingin memilikinya ini semakin menjadi besar dan diikuti oleh suatu keputusan untuk membeli bagi calon pembeli (Wulanytha, 2015).

c. Bauran promosi

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), bahwa bauran promosi terdiri dari:

1) *Advertising* (Periklanan)

Periklanan merupakan komunikasi *Impresional* yang digunakan perusahaan barang atau jasa. Peranan periklanan dalam pemasaran jasa adalah untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan jasa yang ditawarkan, menambah pengetahuan konsumen tentang jasa yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa tersebut, dan membedakan diri perusahaan satu dengan perusahaan lain.

2) *Sales Promotion* (Penjualan Promosi)

Promosi penjualan adalah kegiatan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai konsumen.

3) *Public Relation and Publicity* (Hubungan Masyarakat dan Publisitas)

Hubungan pemasaran merupakan kiat pemasaran penting lainnya dimana perusahaan berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar juga berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur.

4) *Direct Marketing* (Pemasaran langsung)

Pemasaran merupakan unsur terakhir dalam bauran komunikasi dan promosi. Menurut Kotler (2007) pemasaran langsung adalah sistem pemasaran interaktif untuk mempengaruhi suatu tanggapan atau transaksi terukur pada lokasi manapun dengan menggunakan satu atau lebih media.

d. Indikator Promosi

- 1) Frekuensi promosi, jumlah promosi yang dilakukan melalui media dalam satu waktu.
- 2) Kualitas promosi, tolak ukur seberapa baik promosi.
- 3) Kuantitas promosi, nilai dan jumlah yang diberikan konsumen terhadap promosi.

- 4) Waktu promosi, seberapa lama jangka waktu promosi dilaksanakan atau dilakukan oleh perusahaan.
- 5) Ketetapan atau kesesuaian promosi, faktor yang dilakukan untuk mencapai target perusahaan (Sanjaya:2015).

3. Lokasi

a. Pengertian Lokasi

Lupiyoadi menyatakan lokasi ialah lingkungan suatu instansi beroperasi dan bertransaksi. Menurut Muhammad Iwad dalam jurnalnya, lokasi pegadaian adalah tempat mengoperasikan produk-produk pegadaian dan mengatur serta mengendalikan pegadaian sesuai dengan prinsip. Lokasi sukses bisnis adalah lokasi yang memegang peran kunci bagi eksistensi usaha jasa dimasa datang. Penentuan lokasi pegadaian merupakan kebijakan yang harus diambil dengan hati-hati. Kantor pegadaian bertempat yang strategis, dekat dengan nasabah berada, dan mudah pencapaiannya.

b. Tujuan Lokasi

Penentuan lokasi pada hakikatnya adalah untuk mendekati diri dengan nasabah, baik nasabah sumber dana maupun nasabah kredit, namun selain itu terdapat beberapa tujuan dalam penentuan lokasi pegadaian yaitu:

- 1) Memudahkan pelayanan nasabah dengan mendekati dan memudahkan pencapaiannya (akseibilitas). Termasuk dalam pengertian akseibilitas ini adalah bukan hanya dekat jaraknya, tetapi juga kemudahan menjangkaunya dari angkutan umum, terletak di jalan yang mudah di jangkau dari arah mana saja, terletak di tengah kota, dan banyak dilewati angkutan kota sepanjang jam kerja kantor pegadaian.
- 2) Kemudahan pemasangan dan ketersambungan dengan jejaring.
- 3) Lokasi memungkinkan pegadaian menata kantor dan tata letak *indoor/outdoor* dengan leluasa sehingga mendukung ketersediaan

parkir ruang layanan, ruang tunggu dan sarana lainnya sehingga mampu membuat.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dalam Pratama (2018), kualitas dapat diartikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk (barang atau jasa) yang menunjang kemampuannya guna memenuhi kebutuhan. Kualitas berkaitan dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang baik akan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang menguntungkan bagi perusahaan dalam waktu jangka panjang.

Kualitas layanan adalah pengharapan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan berpusat pada upaya-upaya dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan (Putri, 2018).

b. Dimensi kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman ada lima dimensi yang dapat digunakan sebagai cara untuk mengevaluasi kualitas pelayanan (Sukmawati:2017):

- 1) Bukti langsung (*tangible*), merupakan suatu eksistensi kepada pihak lain untuk menunjukkan kemampuan suatu perusahaan.
- 2) Keandalan (*reliability*), merupakan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan dengan cepat dan memuaskan oleh kemampuan suatu perusahaan.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*), merupakan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada konsumen dalam memberikan dan membatu suatu kebijakan.
- 4) Jaminan (*assurance*), merupakan sifat kesopanan dan kemampuan yang diberikan pegawai kepada pelanggan guna menumbuhkan rasa percaya konsumen kepada perusahaan.

5) Empati (*empathy*), merupakan sikap perhatian yang tulus secara individual yang diberikan kepada pelanggan dengan upaya memahami kebutuhan konsumen.

5. Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan, ialah suatu tindakan yang menentukan hasil dalam memecahkan permasalahan dengan memilih suatu jalur tindakan diantara sebagian alternatif yang terhadap lewat sesuatu proses mental dan berfikir logis serta mempertimbangkan seluruh pilihan alternatif yang ada memiliki pengaruh negatif atau positif (Jouharotul Isnaeni: 2013).

Menurut James a.F Stoner pengambilan keputusan yakni suatu proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai pemecahan cari permasalahan (Zahra Hayati: 2019).

6. Gadai Emas

a. Pengertian gadai (*Rahn*)

Menurut bahasa, gadai (*al-rahn*) berarti *al-habs* yaitu menetapkan dan penahanan. Gadai adalah akad perjanjian pinjam-meminjam dengan menyerahkan barang sebagai tanggungan utang.

b. Dasar hukum *Rahn*

Allah berfirman dalam QS Al-Baqarah:283

﴿وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَتَىٰ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكُونُوا الشَّاهِدَةَ ۗ وَمَنْ يَكْفُرْهَا فَإِنَّهُ إِتْمَ قَلْبُهُ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ۗ﴾

Terjemah Kemenag 2019

"Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan" (QS. Al-Baqarah: 283).

c. Rukun dan syarat gadai

Gadai atau pinjaman dengan jaminan suatu benda memiliki beberapa rukun (Suhendi: 2002):

- 1) Akad ijab qabul.
- 2) *Aqid*, yang mengadaikan (*rahin*) dan yang menerima gadai (*murtahin*).
- 3) Barang yang dijadikan jaminan.
- 4) Ada utang, disyaratkan keadaan utang tetap.

d. Hukum-hukum yang berkaitan dengan *rahn*

- 1) Sesuatu yang tidak boleh dijual seperti wakaf dan anjing maka tidak sah untuk digadaikan, karena tidak mungkin harta wakaf dan anjing dijadikan untuk membayar hutang dan tidak sah menggadaikan sesuatu yang bukan miliknya.
- 2) Dapat diketahui kadar, jenis dan sifat gadai.
- 3) Status orang yang menggadaikan adalah orang yang boleh bertindak (dan berwenang mengurus harta), pemilik barang gadaian atau pihak yang diberikan izin untuk menggadaikan.
- 4) Penerima gadai tidak bisa memiliki barang gadai tanpa kerelaan penggadai.
- 5) Penerima gadai tidak boleh memanfaatkan dari barang gadai, kecuali barang gadai dalam bentuk hewan yang dikendarai atau diperah susunya.
- 6) Barang gadai adalah amanat ditangan penerima gadai.

B. Landasan Teologis

1. Harga dalam Perspektif Islam

Islam mengharuskan agar berperilaku adil terlebih dahulu kemudian melaksanakan kebaikan. Dalam kegiatan perniagaan, kualifikasi hak yang mendasar adalah menetapkan kualitas dan ukuran (takaran dan timbangan). Berperilaku adil membuat seseorang tidak mudah tertipu pada kehidupan duniawi. Oleh sebab itu, Islam

melarang menipu walaupun hanya sekedar membawa kondisi yang memicu adanya keraguan yang dapat menyesatkan atau *gharar*.

Dalam Al-Quran surat Hud ayat 85, dinyatakan:

وَيَقَوْمٍ أُوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai kaumku, penuhilah takaran dan timbangan dengan adil! Janganlah kamu merugikan manusia akan hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak!"(QS. Hud: 85).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa kaumku (kalian semua) hendaklah menyempurnakan takaran dan timbangan dengan cara yang adil. Dan janganlah mengurangi hak-hak manusia, dan jangan membuat kerusakan di bumi ini (Al-Ibriz: 231).

Sedangkan dalam hadits yang diriwayatkan oleh Sayyidina Anas Bin Malik Ra adalah sebagai berikut:

"hargailah melambung pada zaman Rasulullah SAW. Orang-orang ketika itu mengajukan saran kepada Rasulullah dengan berkata: "Ya Rasulullah hendaklah engkau menentukan harga". Rasulullah SAW. Berkata : "Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang menahan dan melapangkan dan memberi rezeki. Sangat aku harapkan bahwa kelak aku menemui Allah dalam keadaan tidak seorang pun kamu menuntutku tentang kezaliman dalam darah maupun harta".

2. Promosi dalam Perspektif Islam

وَأْمِنُوا بِمَا أَنْزَلْتُ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَلَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ وَلَا تَشْرَوْا بِآيَاتِي
تَمَنَّا قَلِيلًا وَإِيَّايَ فَاتَّقُونِ

Terjemah Kemenag 2019

"Berimanlah kamu kepada apa (Al-Qur'an) yang telah Aku turunkan sebagai pembenar bagi apa yang ada pada kamu (Taurat) dan janganlah kamu menjadi orang yang pertama kafir kepadanya. Janganlah kamu menukarkan ayat-ayat-Ku dengan harga murah dan bertakwalah hanya kepada-Ku" (QS. Al-Baqarah: 41).

Dalam tafsir kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa kalian semua supaya beriman dan percaya pada kitab yang Aku (Allah)

turunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang mana kitab tersebut membenarkan kepada kitab-kitab yang ada pada kalian semua. Kalian semua jangan memulai menjadi orang kafir kepada kitab Al-Qur'an. Kalian semua jangan pada menukar ayat-ayatKu (Allah) dengan harga yang sedikit dan kalian semua tunduk lah kepada-Ku (Al-Ibriz: 7).

3. Lokasi dalam Perspektif Islam

Penentuan lokasi harus diperhitungkan oleh para pedagang atau pengusaha, karena penentuan lokasi tidak terlepas dari tanggung jawab mereka terhadap lingkungan sekitar bahwa tidak akan merusak lingkungan dan tidak akan merugikan lingkungan. Hal ini merupakan salah satu ajaran Islam, yaitu melarang melakukan kerusakan lingkungan, seperti yang tertulis dalam al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ
مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik" (QS. Al-A'raf: 56).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa janganlah kalian semua berbuat kerusakan dan kerusakan di bumi, berbuat syirik dan melakukan maksiat, setelah bumi di perbaiki oleh utusan Allah SWT. dan kalian semua mintalah kepada Allah SWT karena takut akan tertimpa siksaan-Nya. Sesungguhnya rahmat Allah SWT dekat dengan orang-orang yang berbuat baik (Al-Ibriz: 157).

Adapun terkait proses pemilihan lokasi sudah tercantum dalam Sabda Rasulullah SAW sebagai berikut:

"jika engkau mengerjakan suatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambillah, dan jika perbuatan itu buruk maka tinggalkanlah" (HR. Ibnu Mubarak).

Hubungan hadits tersebut dengan konsep pemilihan lokasi adalah pilihlah lokasi yang baik, karena lokasi yang baik akan berdampak positif pada lokasi bisnisnya. Begitupun sebaliknya, jangan memilih lokasi yang jelek karena akan berdampak negatif terhadap operasional suatu usaha bisnis.

4. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut (Nurhadi, 2018):

a. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْفَلَاحِيذَ
وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَّبِعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا
وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalaid (hewan-hewan qurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah; mereka mencari karunia dan keridhaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kamu kepada Allah, Sunggu, Allah sangat berat siksa-Nya"(Al-Maidah: 2).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa kalian semua janganlah menghalakan hewan buruan, ketika kalian semua sedang Ihram dan jangan menghalalkan perang pada bulan haram. Dan jangan menyakiti hewan yang dijadikan hadiah yang menuju tanah haram, dan hewan ternak yang diberi kalung, tanda

binatang ternak yang dihatur-haturkan, dan jangan mengganggu orang-orang yang menuju Al-Baitil Haram, yang semua tadi menarik anugrah dan keridhaan dari Allah Ta'ala. Ketika kalian semua sudah tahallul dari ihram, kalian semua diperbolehkan melawan. Perbuatannya golongan yang menghalang-halangi kalian semua dari Masjidil Haram, itu jangan sampai (mendekati) kalian untuk berbuat aniaya. Kalian semua supaya tolong menolong dalam melakukan kebaikan dan taqwa. Dan kalian semua jangan tolong menolong dalam melakukan dosa dan dzalim. Sesungguhnya Allah Ta'ala pedih siksaan (Al-Ibriz: 106).

b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ
فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ
أُخَرَ ۗ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ
مَا هَدَاكُمْ وَأَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Terjemah Kemenag 2019

"Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an, sebagai petunjuk itu dan pembeda (antara yang benar dan yang batil). Karena itu, barangsiapa diantara kamu ada di bulan itu, maka berpuasalah. Dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (dia tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya), sebanyak hari yang ditinggalkan itu, pada hari-hari lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan menghendaki kesurukan bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur"(Al-Baqarah: 185).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa puasa itu ada di bulan Ramadhan, di dalam bulan tersebut, Al-Qur'an diturunkan dari *Lauhil Mahfudz*. Untuk menunjukkan kepada manusia, dan menjadi tanda jelas dari petunjuk Allah SWT. dan dari membedakan antara haq dan bathil. Barangsiapa hadir (menjumpai) dibulan Ramadhan mereka harus berpuasa, sedangkan orang-orang yang sakit atau masih dalam bepergian, orang tersebut

boleh tidak berpuasa. Namun wajib qodho di hari lain. Allah SWT memudahkan kepada kita semua, dan tidak membuat sulit. Hitungan puasa tadi harus kita (kalian semua) sempurnakan, jangan sampai membatalkan. Dan kita (kalian semua) harus mengagungkan Allah SWT dengan takbiran, ketika puasa kita sudah selesai (sempurna) kita takbiran maksudnya mengucapkan terimakasih karena Allah SWT sudah memberikan petunjuk kita diberi pengetahuan cara beribadah kepada Allah SWT (Al-Ibriz: 28).

c. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا
إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai manusia! Sungguh, kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan, kemudian kami jadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sungguh, yang paling mulia diantara disisi Allah ialah yang paling bertakwa. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Mengetahui" (QS. Al-Hujurat: 13).

Dalam tafsir kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya Aku (Allah) menciptakan kalian semua dari seorang laki-laki (yaitu Nabi Adam) dan seorang perempuan (yaitu ibu Hawa) dan aku jadikan kalian semua berbangsa-bangsa, dan bersuku-suku, supaya kalian semua saling mengenal (janganlah saling unggul-unggulan nasab). Sesungguhnya yang lebih mulia diantara kalian semua di sisi Allah Ta'ala ialah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Ta'ala Maha Waspada Maha Mengetahui (Al-Ibriz: 523).

d. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*)

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا نُفِقُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ وَبَاءُوا
بِعُضْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ
وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۗ ذَٰلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Terjemah Kemenag 2019

"Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berperang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka mendapat murka dari Allah dan (selalu) diliputi kesengsaraan. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh Para nabi tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas" (QS. Ali Imran: 112).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa orang-orang Yahudi itu ada diberbagai tempat, mereka pasti berbuat hina, kecuali jika mereka berpegang teguh agama-Nya Allah dan berpegang perdamaian dengan sesama manusia, mereka mendapat murka-Nya Allah SWT, dan akan mengalami kemiskinan. Yang seperti itu sebab mereka kufur (mengkufuri) ayat-ayat-Nya Allah SWT, dan membunuh para Nabi tanpa alasan yang haq, dan melewati batas kesopanan (peraturan-peraturan) (Al-Ibriz: 64).

e. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*)

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Maha berkat rahmat dari Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri saya dari sekitarmu. karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahkanlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang-orang yang bertawakal"(QS. Ali Imran: 159).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa sebab adanya rahmat dari Tuhan, Nabi Muhammad lemah lembut kepada kaum. Seandainya Nabi Muhammad kasar, jelek budi pekerti dan wataknya sudah pasti kaum-kaumku itu bubar. Oleh karena itu Nabi diperintah supaya memaafkan kaum-kaumnya dan meminta ampun kepada Tuhan dan supaya musyawarah dengan sahabatnya dalam urusan perang atau lainnya, kemudian jika mereka sudah menetapkan, supaya pasrah kepada Allah SWT. Karena Allah SWT suka kepada orang-orang yang berserah diri (Al-Ibriz : 71).

f. Prinsip Kekeluargaan (*ukhuwah*)

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Terjemah Kemenag 2019

"*Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat*" (QS. Al-Hujurat: 10).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara. Jadi kalian semua berislahlah diantara kalian semua, dan kalian semua takutlah kepada Allah Ta'ala supaya kalian diberi rahmat (Al-ibriz: 522).

5. Keputusan Nasabah dalam Perspektif Islam

Pengambilan keputusan dalam Islam dijelaskan dalam beberapa ayat yang dapat diterapkan pada semua aktivitas. Konsep pengambilan keputusan dalam Islam dominan menonjol pada sifat keadilan dan kehati-hatian untuk memperoleh informasi yang digariskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Hujurat ayat 6 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"*Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar*

kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatan itu"(QS. Al-Hujurat: 6).

Dalam tafsir Kitab Al-Ibriz ayat di atas menjelaskan bahwa orang-orang beriman jika kalian semua kedatangan orang fasik dengan membawa kabar, maka kalian periksalah kebenarannya terlebih dahulu, karena dikhawatirkan jika kalian ini menjadi mencelakakan kaum dengan tidak mengetahui, sehingga kemudian kalian kecewa dengan apa yang kalian lakukan (Al-Ibriz: 522).

C. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dari segi ini, maka kajian pustaka akan menjadi dasar pemikiran dalam penyusunan penelitian. Penulis juga akan melakukan penelaahan terhadap penelitian-penelitian yang relevan, kemudian penulis melihat sisi lain yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.

Dalam jurnal penelitian Siti Wasiah yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Penjualan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan IB Siaga Pada Bank Syariah Buko Pin Kantor Cabang Sidoarjo bahwa secara parsial dan simultan kualitas produk dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan IB siaga (Wasiah, 2017).

Dalam jurnal penelitian Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti yang berjudul Pengaruh Promosi, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya bahwa promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung pada Bank Mandiri di Surabaya (Fahrudin, 2015).

Dalam jurnal penelitian Rizqa Ramadhani Tyas dan Ari Setiawan yang berjudul Pengaruh Lokasi dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang bahwa lokasi

dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah menabung (Tyas, 2012).

Dalam jurnal Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati yang berjudul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung bahwa Persepsi Nasabah tentang Tingkat suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menabung di BRI Cabang Sleman (Astuti, 2013).

Dalam jurnal Angga Widi Kristianto yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan Lontong Balap Pak Gendut Surabaya bahwa secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi berpengaruh Positif terhadap Loyalitas Pelanggan (Kristianto, 2020).

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad fajar Fahrudin dan Emma Yulianti, 2015 <i>Journal of Business and Banking</i> Vol. 5 No. 1 STIE Perbanas Surabaya (Fahrudin, 2015).	"Pengaruh promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya.	Variabel promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di	Variabel bebas yaitu promosi, lokasi dan kualitas pelayanan serta variabel terikat yaitu keputusan nasabah.	Tempat penelitiannya

			Bank Mandiri Surabaya.		
2.	Tri Astuti dan Rr. Indah Mustikawati, 2013 <i>Journal Nominal II Nomor. 1</i> , Universitas Negeri Yogyakarta (Astuti, 2013).	"Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah".	Persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menabung di BRI Cabang Sleman.	Variabel bebasnya yaitu promosi dan kualitas pelayanan.	Variabel terikat dan tempat penelitian.
3.	Rizqa Ramadhaning Tyas dan Ari Setiawan, 2012 Jurnal Muqtasid Vol. 3 No. 2 Sekolah Tinggi Agama Islam Negerti	Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber mulia	Lokasi dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di	Variabel bebas yaitu lokasi dan kualitas pelayanan serta variabel terikat yaitu keputusan nasabah.	Tempat penelitian.

	(STAIN) Salatiga (Tyas, 2012).	Tuntang".	BMT sumber Mulia Tuntang.		
4.	Siti Wasiah, 2017 ECONOMIC US Journal of Economics I Vol. II, No. 1 UINSA Surabaya (Wasiah, 2017).	Pengaruh kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan IB Siaga pada Bank Syariah Bukopin Kantor cabang Sidoarjo.	Secara parsial dan simulas kualitas produk dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan IB Siaga.	Variabel bebas yaitu promosi serta variabel terikat yaitu keputusan nasabah.	Tempat penelitian.
5.	Angga Widi Kristianto, 2020 Universitas Narotama Indonesia, Surabaya (Kristianto, 2020).	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas pelanggan lontong balap pak gendut	Secara simultan kualitas produk, kualitas layanan dan lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas	Variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan lokasi.	Variabel terikat dan tempat penelitian.

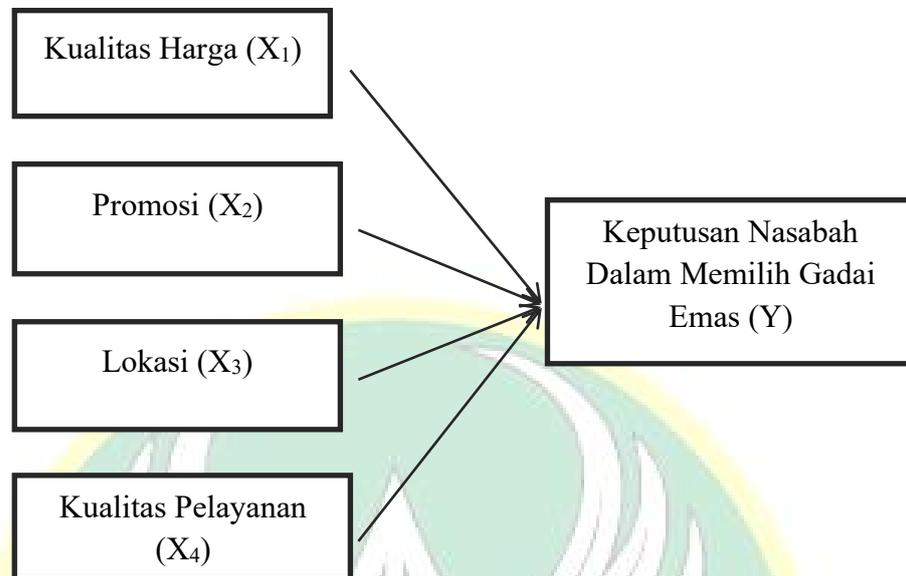
		Surabaya. <i>(The influence of product quality, service quality, and location on loyalty customers of lontong balap pak Gendut Surabaya.</i>	pelanggan.		
6.	Annisa Wahyu Karimah, 2018.	Pengaruh budaya psikologis, pelayanan, promosi dan pengetahuan tentang produk terhadap keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah.	Variabel promosi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.	Variabel bebas yaitu promosi dan kualitas pelayanan serta variabel terikat yaitu keputusan nasabah.	Tempat penelitian.
7.	Atwal Arifin dan Husnul	Pengaruh produk,	Variabel promosi dan	Variabel bebas yaitu	Tempat penelitian.

	Khotimah, 2014.	pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.	lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.	pro mosi dan lokasi serta variabel terikat yaitu keputusan masyarakat.	
8.	Shobirin, Azis fathoni, dan Maria M Minarsih, 2016.	Pengaruh lokasi, tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pengambilan kredit (studi kasus pada BPR Arthanugraha Makmur Sejahtera).	Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pengambilan kredit BPR Arthanugraha Makmur Sejahtera.	Variabel bebas yaitu lokasi dan kualitas pelayanan.	Variabel terikat dan tempat penelitian.

D. Kerangka Penelitian

Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas (*Independent*) yaitu Kualitas Harga (X_1), Promosi (X_2), Lokasi (X_3), Dan Kualitas Pelayanan (X_4), sedangkan variabel terikatnya (*dependent*) yaitu Keputusan Nasabah dalam Memilih Gadai Emas (Y).

Gambar 2.1
Kerangka Penelitian



Keterangan :

X₁ : Variabel bebas 1, yaitu kualitas harga.

X₂ : Variabel bebas 2, yaitu promosi.

X₃ : Variabel bebas 3, yaitu lokasi.

X₄ : Variabel bebas 4, yaitu kualitas pelayanan.

Y : Variabel terikat, yaitu keputusan nasabah dalam memilih gadai emas.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terkait rumusan masalah dalam penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2012).

1. Hasil penelitian Muhammad Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015) bahwa promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank mandiri surabaya.

H₁ : Kualitas Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih gadai emas.

2. Hasil penelitian Atwal Arifin dan Husnul Khotimah (2014) bahwa produk, pelayanan, promosi dan lokasi tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan masyarakat memilih Bank Syariah di Surakarta.

H₂ : Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih gadai emas.

3. Hasil penelitian siti wasiah (2017) bahwa kualitas produk dan promosi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan IB Siaga pada bank syariah Bukopin kantor cabang Sidoarjo.

H₃ : Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih gadai emas.

4. Hasil penelitian Angga Widi Kristianto (2020) bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan lontong balap pak Gendut Surabaya.

H₄ : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih gadai emas.

5. Hasil penelitian Rizqa Ramadhaning dan Ari Setiawan (2012) bahwa lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang.

H₅ : Kualitas produk, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Tempat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dalam pendekatan kuantitatif menggunakan data atau jumlah dari berbagai kualifikasi yang antara lain bentuk frekuensi, nilai rata-rata, penyimpangan dari nilai baku, presentase, nilai maksimum dan lain-lain (Arikunto, 2002). Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (mempengaruhi) dengan keputusan nasabah sebagai variabel terikat (dipengaruhi).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2021-Selesai. Pengambilan waktu pelaksanaan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa interval waktu tersebut memajemen waktu kuliah (PPL) sehingga dapat memfokuskan waktu penelitian.

Penelitian dilakukan di Pegadaian yang berlokasi di Jl. Kawedanan Rt 02 Rw 03, Sumpiuh, Banyumas, Jawa Tengah. Dengan alasan letaknya terjangkau dan terdapat masalah yang menarik untuk diteliti.

B. Subyek dan Obyek Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah pihak yang dijadikan sebagai sampel dalam sebuah penelitian. Subyek penelitian ini akan membahas karakteristik subyek yang digunakan penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan (Martono,2010). Adapun subyek penelitian dalam tulisan ini adalah nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.

2. Obyek Penelitian

Menurut Arikunto (2002), obyek penelitian adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun obyek penelitian dalam tulisan ini adalah kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan (Noch dan Husein, 2016). Populasi adalah sekumpulan individu dengan kualitas dan karakter yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Ciri, karakteristik, dan kualitas itu yang dinamakan variabel (Nazir, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan produk gadai emas di Pegadaian Sumpiuh. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data bersifat primer yaitu mendapatkan data dengan menyebarkan kuesioner.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisir sebagai populasi (Suryani dan Hendryadi, 2015). Karena sulit untuk menentukan banyaknya jumlah populasi yang tepat, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Dimana :

n : Jumlah Sampel

Z : Nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel adalah 95%.

Moe : *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi biasanya 10%.

Maka dapat disimpulkan sampel dari penelitian ini sebanyak 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 100 responden. Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan cara *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2012:73) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah segala macam sifat yang dapat diukur dari suatu individu atau kelompok individu (Irawan, 2010). Dalam penelitian ini terdapat lima variabel yaitu kualitas harga, promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Variabel tersebut dibagi menjadi variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).

a. Variabel *Independent* (Variabel Bebas)

Variabel *independent* merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain (Husein Umar, 2003). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari Kualitas

Harga (X1), Promosi (X2), Lokasi (X3) dan Kualitas Pelayanan (X4).

b. Variabel *Dependent* (Variabel Terikat)

Variabel *dependent* adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independent* (Husein Umar, 2003).

Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas (Y).

2. Indikator Penelitian

Indikator yaitu bagian dari variabel yang dapat diukur. Indikator inilah yang dijadikan item-item pernyataan dalam kuisioner.

No	Variabel	Indikator
1.	Kualitas Harga	Hal yang merugikan / menguntungkan dengan adanya kualitas harga.
2.	Promosi	Kemudahan dalam mempromosikan.
3.	Lokasi	Kemudahan dalam memilih lokasi.
4.	Kualitas Pelayanan	Kemudahan dalam memberikan pelayanan.
5.	Keputusan Nasabah	Keputusan nasabah dalam memilih menggadai produk emas.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Angket atau kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh

sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Daftar pertanyaan yang diajukan dalam bentuk kuesioner dan responden diminta untuk menjawab sesuai dengan pendapat responden. Untuk mengukur pendapat responden menggunakan skala likert 5 point yaitu:

Skala 5 : Sangat Setuju (SS)

Skala 4 : Setuju (S)

Skala 3 : Kurang Setuju (KS)

Skala 2 : Tidak Setuju (TS)

Skala 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah suatu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti. Dalam observasi non partisipatif, peneliti dapat terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

3. Wawancara

Menurut Sugiyono dalam jurnal Yoki Apriyanti, peneliti menggunakan teknik wawancara dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian langsung dari narasumber yang bersangkutan dan mengetahui tentang peristiwa tersebut, sehingga antara pertanyaan dan jawaban dapat diperoleh secara langsung dalam suatu konteks kejadian secara timbal balik. Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data atau informasi dengan bertanya langsung kepada responden. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data telah menyiapkan *instrument* penelitian berupa pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya.

F. Teknik Analisis Data

Untuk mengolah data primer yang didapatkan melalui angket atau kuesioner, penulis menggunakan teknik analisis data melalui uji statistik. Adapun uji statistik tersebut yaitu:

1. Uji Persyaratan Analisis, berupa:

a. Uji Validitas

Uji validitas dibuat untuk menilai legal ataupun tidak sesuatu kuesioner. Sesuatu kuesioner disebut legal bila persoalan pada kuesioner sanggup mengatakan suatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dicoba dengan menyamakan nilai R-hitung.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kestabilan atau keserasian pengukur dengan menggunakan angket. Arikunto menyebutkan bahwa uji reliabilitas didapatkan dengan melihat nilai dari *cronbachalpha*, yakni instrumen penelitian dikatakan reliable atau handal, apabila nilai koefisien atau alpha sebesar 0,60 atau lebih. Uji ini sambungan dari uji validitas dimana pernyataan yang diambil untuk diuji hanya pertanyaan valid.

2. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau dari sumber data lain terkumpul. Kegiatan dari analisis data yaitu mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Terdapat dua macam statistik yang

digunakan untuk analisis data dalam penelitian, yaitu *Statistik deskriptif dan statistik inferensial*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis analisis yang berupa *statistik deskriptif*. *Statistik deskriptif* adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dapat digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil. Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan prosentase. Dalam *statistik deskriptif* dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis regresi linear sederhana dan ganda serta korelasi parsial (Sugiyono: 2016).

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut (Suliyanto, 2011) uji normalitas adalah untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisi pada model 40 regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-rata. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dalam bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga.

2) Uji Multikolinearitas

Menurut (Suliyanto, 2011) uji multikolinearitas adalah terjadinya korelasi linear yang mendekati sempurna antara lebih dari dua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.

3) Uji Heterokedastisitas

Menurut (Suliyanto, 2011) uji heterokedastisitas adalah adanya varian-varian pada model regresi yang tidak sama (*Konstan*). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (*konstan*) maka disebut dengan homoskedastisitas.

4) Pengujian linearitas digunakan untuk menguji apakah spesifikasi model yang digunakan tepat atau lebih baik dalam spesifikasi model bentuk lain. Spesifikasi model dapat berupa linear, kuadrat atau kubik (Bawono,2006). Pada penelitian ini, uji linieritas dilakukan dengan metode *Analyze Compare Means*. Variabel *independent* dapat dikatakan mempunyai hubungan linier dengan variabel *dependent* apabila nilai Sig. pada baris *Dependent From Linearity* dalam tabel ANOVA mempunyai nilai lebih besar dari 0,05 (Suyono, 2015).

b. Uji Hipotesis

1) Uji T test (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial (per variabel) terhadap variabel *dependent*. Pada penelitian ini, uji t dilakukan untuk melihat tingkat signifikan variabel Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan dengan variabel Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Suatu variabel *independent*

dikatakan signifikan secara individu mempengaruhi variabel *dependent* apabila Sig. Lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006).

2) Uji F test (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel *independent* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel *dependent* (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Variabel *independent* dikatakan signifikan mempengaruhi variabel *dependent* secara bersama-sama apabila Sig. lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2005).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas

1. Sejarah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas

PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas merupakan perusahaan atau Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Pegadaian memiliki sejarah dimulai saat VOC (*Vereenigde Oostindische Compagnie*) mendirikan *Bank Van Leening* sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai pada tahun 1922. Dan pada masa pemerintahan Inggris mengambil alih dan membubarkan *Bank Van Leening*, masyarakat diberi keleluasan mendirikan usaha pegadaian. Dan seiring berjalannya waktu sampai saat ini menjadi PT Pegadaian (Persero) Sumpiuh-Banyumas.

2. Produk-produk PT Pegadaian (Persero) Sumpiuh-Banyumas

Pegadaian memiliki berbagai macam jenis produk yang terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu produk utama, investasi dan produk lainnya:

a. Produk Utama

1) KCA (Kredit Cepat Aman)

Salah satu produk utama dari Pegadaian adalah KCA, singkatan dari Kredit Cepat Aman. Kredit dengan sistem gadai ini diberikan kepada semua golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Jaminan yang bisa digunakan untuk produk ini adalah emas, emas batangan, kendaraan (motor, mobil), laptop, *Handphone* dan barang elektronik lainnya.

Pinjaman yang ditawarkan dalam KCA dimulai dari Rp. 50.000 sampai dengan Rp. 500.000.000 atau lebih, dalam jangka waktu maksimal empat bulan. Apabila ingin memperpanjang, nasabah bisa mengangsur sebagian uang pinjaman. Pelunasan KCA bisa dilakukan kapan saja. Persyaratan yang harus

dilengkapi oleh nasabah adalah *fotocopy* kartu tanda penduduk (KTP), menyerahkan barang jaminan, nasabah menandatangani surat bukti gadai (SBG).

2) KRASIDA

KRASIDA atau gadai angsuran emas adalah kredit sistem gadai kepada semua golongan nasabah untuk kebutuhan produktif maupun konsumtif menggunakan jaminan emas, baik emas batangan maupun perhiasan dengan sistem pembayaran angsuran bulanan. Untuk mendapatkan pinjaman ini, barang yang harus kamu gadaikan adalah emas. Jumlah pinjaman yang diberikan bisa sampai 95% dari nilai jaminan yang diberikan. Pinjaman dimulai dari Rp. 100.000 sampai Rp. 250.000.000, dengan jangka waktu pinjaman yang fleksibel (6, 12, 24 dan 36 bulan). Tidak hanya jangka waktu pinjaman saja yang fleksibel, pelunasan pinjaman produk KRASIDA juga dapat dilakukan kapan saja. Persyaratan yang harus dilengkapi oleh nasabah cukup mudah diantaranya: *fotocopy* kartu tanda penduduk (KTP) dan memiliki barang jaminan berupa emas.

3) KREASI

Pegadaian pinjaman usaha atau KREASI adalah pemberian kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk pengembangan usaha dengan sistem fidusia menggunakan barang jaminan berupa buku pemilik kendaraan bermotor (BPKB). Jadi, kendaraan nasabah bisa digunakan untuk logistik usaha. Jumlah pinjaman dimulai dari Rp.1000.000, dengan jangka waktu pinjaman yang fleksibel (12, 18, 24, 36 dan 48 bulan). Proses kredit KREASI juga sangat mudah, hanya membutuhkan tiga hari, lalu dana akan langsung cair.

Persyaratan yang harus dilengkapi oleh nasabah adalah sebagai berikut:

- a) Memiliki UMKM.
- b) Usaha milik sendiri dan sudah berjalan minimal 1 tahun.
- c) Memiliki jaminan sesuai ketentuan, yaitu usia kendaraan mobil maksimal 25 tahun terakhir dan sepeda motor maksimal 15 tahun terakhir.

b. Investasi Emas

1) Mulia

Mulia dalam pegadaian merupakan layanan penjualan emas batangan secara tunai atau angsuran. Emas batangan ini bisa didapatkan dengan pembelian tunai, angsuran, kolektif (secara kelompok), maupun arisan.

Keunggulan dari mulia atau cicil emas antara lain:

- a) Proses mudah dengan layanan profesional.
- b) Tersedia pilihan emas batangan dengan berat mulai dari 0,5 gram sampai 1 kilogram.
- c) Cicilan emas tetap setiap bulannya hingga lunas.
- d) Alternative investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset.
- e) Uang muka mulai dari 15% sampai dengan 50% dari nilai emas batangan.
- f) Tersedia beragam pilihan *brand* ternama seperti ANTAM, Galeri 24, UBS dan *Lotus Archi*.
- g) Emas batangan dapat dimiliki secara cicilan. Sebagai aset, emas batangan sangat likuit untuk memenuhi kebutuhan dana mendesak. Jangka waktu mulai dari tiga sampai dengan 36 bulan.

2) Tabungan Emas

Tabungan emas pegadaian adalah layanan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Produk tabungan emas pegadaian memungkinkan nasabah

melakukan investasi emas secara mudah, murah, aman dan terpercaya. Keunggulan dari tabungan emas antara lain:

- a) Biaya administrasi dan pengelolaan ringan.
- b) Nasabah dapat melakukan transfer ke rekening tabungan emas mulai dari 0,1 gram.
- c) Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari 1 gram.
- d) Dikelola secara profesional dan transparan.
- e) Harga jual dan *buy back* mulai dari 1 gram.
- f) Nasabah dapat melakukan pembelian tabungan emas (*top up*) mulai dari 0.01 gram.

Nasabah yang ingin melakukan transaksi tabungan emas harus melengkapi persyaratan seperti memiliki identitas diri yang masih berlaku (KTP/Paspor), mengisi formulir pembukuan rekening tabungan emas, biaya transaksi tabungan emas.

3. Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas

- a. Pimpinan cabang : Sugito
- b. Penaksir : Helma Iqbal N
- c. Kasir : Agres Akbar R
- d. *Security* : Nur, Slamet, Aji, Aan
- e. *Office Boy* : Eko

4. Fungsi dan Tugas Bagian PT Pegadaian (Persero) Sumpiuh-Banyumas

- a. Pimpinan Cabang
 - 1) Menyusun rencana kerja dan anggaran Kantor UPC berdasarkan acuan yang telah ditetapkan.
 - 2) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha gadai.
 - 3) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan operasional usaha lain.

4) Merencanakan, mengorganisasikan, menyelenggarakan dan mengendalikan penatausahaan barang jaminan bermasalah taksiran tinggi, rusak dan palsu di UPC.

b. Penaksir

1) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan untuk mengetahui mutu dan nilai barang serta bukti kepemilikannya dalam rangka menentukan dan menetapkan golongan taksiran dan uang jaminan.

2) Melaksanakan penaksiran terhadap barang jaminan yang akan dilelang, untuk mengetahui mutu dan nilai, dalam menentukan daer barang yang akan dilelang.

3) Menyiapkan barang jaminan yang akan disimpan guna keamanan.

c. Kasir

1) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2) Melaksanakan penerimaan pelunasan uang pinjaman dari nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

3) Membayarkan uang pinjaman kredit kepada nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

d. *Office Boy*

1) Membersihkan wilayah pegadaian baik dalam maupun luar ruangan.

2) Memastikan semua kebutuhan teknis karyawan di kantor terpenuhi dengan baik.

3) Memastikan kebersihan perangkat dan ruang kerja karyawan.

4) Memastikan tugas yang dibebankan terlaksana dengan baik.

e. *Security*

1) Menjaga keamanan dan lingkungan kantor.

- 2) Membuka pintu, menyambut dan memberi nomor antrian kepada nasabah yang akan masuk ke pegadaian.
- 3) Menanyakan keperluan nasabah.
- 4) Memberikan petunjuk dan arahan dengan baik jika ada nasabah yang memerlukan pertanyaan dan informasi (www.Pegadaian.co.id).

B. Tingkat Pengembalian Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur dalam variabel penelitian. Kuesioner diberikan kepada nasabah gadai emas PT Pegadaian UPC Sumpiuh-Banyumas sebagai responden dari penelitian ini. Kuesioner disebar sebanyak 100 kuesioner sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan dalam penelitian ini. Adapun tingkat pengembalian kuesioner tersebut disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4.1
Tingkat pengembalian Kuesioner

No.	Keterangan	Jumlah	Persentase
1.	Kuesioner yang di sebar	100 Kuesioner	100%
2.	Kuesioner yang tidak kembali	0 Kuesioner	0%
3.	Kuesioner yang kembali tetapi tidak dapat di olah	0 Kuesioner	0%
4.	Kuesioner yang kembali dan dapat diolah	100 Kuesioner	100%

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel tingkat pengembalian kuesioner di atas diketahui bahwa kuesioner yang kembali kepada peneliti sesuai dengan jumlah kuesioner yang disebar kepada responden, yaitu berjumlah 100 kuesioner dengan persentase 100%.

C. Karakteristik Responden

Setiap responden yang memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang telah disebarakan tentunya mempunyai karakteristik yang berbeda. Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah: jenis kelamin, usia responden, agama, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan per bulan. Hasil dari pengelompokan responden menurut karakteristiknya adalah sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Pada karakteristik jenis kelamin, responden di bedakan dalam dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin dari responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat di lihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2
Jenis Kelamin
Statistics

JENIS KELAMIN	
Valid	100
Missing	0
Mean	1,78
Median	2,00
Mode	2
Minimum	1
Maximum	2

JENIS KELAMIN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	22	22,0	22,0	22,0
PEREMPUAN	78	78,0	78,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 22% dari total responden berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 22 orang, sedangkan 78% yang lainnya berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 78 orang.

Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.1
Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

2. Usia Responden

Pada karakteristik usia dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi empat kategori, yaitu usia 20-19, 30-39,40-49, dan > 50 Tahun. Hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Usia Responden

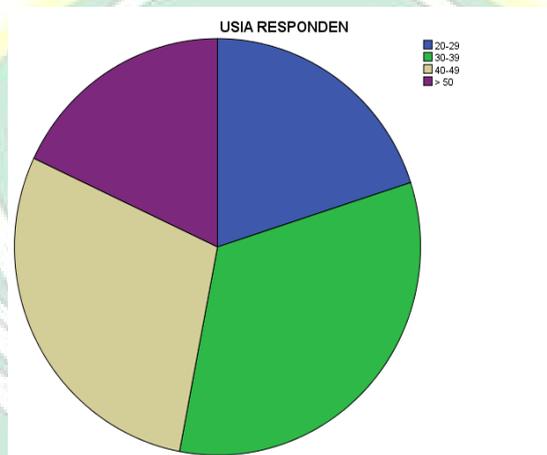
USIA RESPONDEN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-29	20	20,0	20,0	20,0
30-39	33	33,0	33,0	53,0
40-49	29	29,0	29,0	82,0
> 50	18	18,0	18,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 20% dari total responden berusia 20-29 tahun yang berjumlah 20 orang, responden yang berusia 30-39 tahun sebanyak 33% yang berjumlah 33 orang, responden yang berusia 40-49 tahun sebanyak 29% yang berjumlah 29 orang dan responden yang berusia > 50 tahun sebanyak 18% yang berjumlah 18 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.2

Usia Responden



Sumber : data Primer Yang Diolah, 2022

3. Agama Responden

Pada karakteristik agama dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi enam kelompok, yaitu Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha dan lainnya. Dikarenakan dalam dalam pegadaian konvensional nasabah tidak hanya beragama Islam namun Non Islam pun juga di perbolehkan. Hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan agama adalah sebagai berikut :

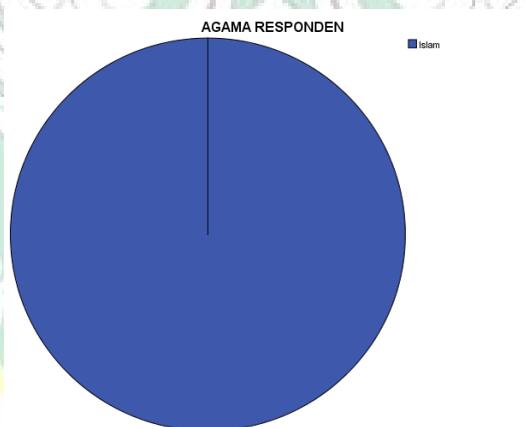
Tabel 4.4
Agama Responden

AGAMA RESPONDEN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Islam	100	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 100% atau seluruh responden beragama Islam. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.3
Agama Responden



Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

4. Pendidikan Terakhir Responden

Pada karakteristik pendidikan terakhir dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi empat kelompok, yaitu SD/Sederajat, SMP/Sederajat, SMA/Sederajat dan Akademi/S1/S2. Hasil dari pengelompokan responden berdasarkan Pendidikan Terakhir adalah sebagai berikut:

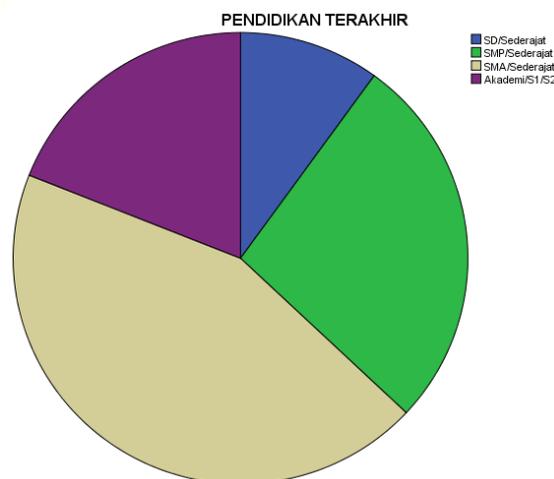
Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Responden

PENDIDIKAN TERAKHIR				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SD/Sederajat	10	10,0	10,0	10,0
SMP/Sederajat	27	27,0	27,0	37,0
SMA/Sederajat	44	44,0	44,0	81,0
Akademi/S1/S2	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 10% responden dengan jumlah 10 orang pendidikan terakhirnya adalah SD/Sederajat, 27% responden dengan jumlah 27 orang pendidikan terakhirnya adalah SMP/Sederajat, 44% responden dengan jumlah 44 orang pendidikan terakhirnya adalah SMA/Sederajat, 19% responden dengan jumlah 19 orang pendidikan terakhirnya adalah Akademi/S1/S2. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.4
Pendidikan Terakhir Responden



Sumber : Data Primer Yang Diolah. 2022

5. Pekerjaan

Pada karakteristik pekerjaan dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi lima kelompok, yaitu Pelajar/Mahasiswa, PNS, Petani, Swasta, dan Lainnya. Hasil dari pengelompokan responden berdasarkan Pekerjaan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Pekerjaan Responden

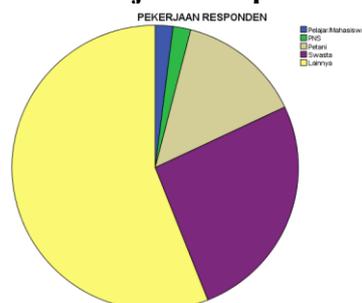
PEKERJAAN RESPONDEN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	2	2,0	2,0	2,0
PNS	2	2,0	2,0	4,0
Petani	14	14,0	14,0	18,0
Swasta	26	26,0	26,0	44,0
Lainnya	56	56,0	56,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa 2% responden dengan jumlah 2 orang Bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, 2% responden dengan jumlah 2 orang bekerja sebagai PNS, 14% responden dengan jumlah 14 orang bekerja sebagai Petani, 26% responden dengan jumlah 26 orang bekerja sebagai Swasta, dan 56% responden dengan jumlah 56 orang pekerja lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.5

Pekerjaan Responden



Sumber : Data Primer yang Diolah , 2022

6. Penghasilan per bulan

Pada karakteristik penghasilan responden dalam penelitian ini di kelompokkan menjadi enam kelompok, yaitu Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000 ; Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000 ; Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000 ; Rp 6.100.000 – Rp. 8.000.000 ; Rp. 8.100.000 – Rp. 10.000.000 dan > Rp. 10.100.000. hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan penghasilan responden adalah sebagai berikut :

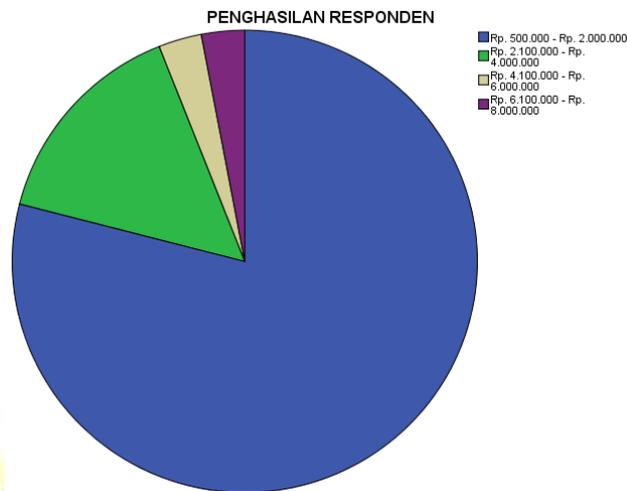
Tabel 4.7
Penghasilan Responden

PENGHASILAN RESPONDEN				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000	79	79,0	79,0	79,0
Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000	15	15,0	15,0	94,0
Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000	3	3,0	3,0	97,0
Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa 79% responden dengan jumlah 79 orang berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000 setiap bulannya, 15% responden dengan jumlah 15 orang berpenghasilan Rp. 2.100.000 – Rp. 4.000.000 setiap bulannya, 3% responden dengan jumlah 3 orang berpenghasilan Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000 setiap bulannya dan 3% responden dengan jumlah 3 orang berpenghasilan Rp. 6.100.000 – Rp. 8.000.000 setiap bulannya. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.6
Penghasilan Responden



Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

D. Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah suatu alat ukur yang menunjukkan sejauh mana yang mampu mengukur apa yang diukur (Siregar, 2015). Validitas instrument di tentukan dengan mengorelasikan skor yang diperoleh setiap butir pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga di simpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid (Sanusi, 2014).

- a. Uji validitas pada penelitian ini digunakan dengan melakukan korelasi atau *score* butir pertanyaan dengan total *score*-nya. Adapun kriteria penilaian uji validitas dengan taraf signifikan (α) = 0.05, jika r hitung > r tabel, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variable tersebut.
- b. Signifikan atau tidaknya korelasi dapat di lihat pada kolom atau baris *score*, apabila pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pertanyaan menghasilkan tanda bintang, berarti signifikan. Tanda bintang ada dua kemungkinan (Bawono, 2006).
- c. Kalau berbintang satu itu berarti korelasi signifikan pada level 5% (0.05) untuk dua sisi.

d. Kalau berbintang dua itu berarti korelasi signifikan pada level 1% (0.01) untuk dua sisi.

Dari uji validitas pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka di peroleh hasil dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Corrected item Pertanyaan Total Corelation</i>	r Tabel	Keterangan
Kualitas Harga (X1)	(X1.1)	.883**	.163	<i>Valid</i>
	(X1.2)	.865**	.163	<i>Valid</i>
	(X1.3)	.856**	.163	<i>Valid</i>
	(X1.4)	.825**	.163	<i>Valid</i>
Promosi (X2)	(X2.1)	.852**	.163	<i>Valid</i>
	(X2.2)	.881**	.163	<i>Valid</i>
	(X2.3)	.881**	.163	<i>Valid</i>
	(X2.4)	.877**	.163	<i>Valid</i>
	(X2.5)	.898**	.163	<i>Valid</i>
Lokasi (X3)	(X3.1)	.884**	.163	<i>Valid</i>
	(X3.2)	.892**	.163	<i>Valid</i>
	(X3.3)	.802**	.163	<i>Valid</i>
	(X3.4)	.737**	.163	<i>Valid</i>
	(X3.5)	.752**	.163	<i>Valid</i>
Kualitas Pelayanan	(X4.1)	.906**	.163	<i>Valid</i>

	(X4.2)	.914**	.163	<i>Valid</i>
	(X4.3)	.930**	.163	<i>Valid</i>
	(X4.4)	.914**	.163	<i>Valid</i>
Keputusan Nasabah	(Y1.1)	.852**	.163	<i>Valid</i>
	(Y1.2)	.838**	.163	<i>Valid</i>
	(Y1.3)	.837**	.163	<i>Valid</i>
	(Y1.4)	.788**	.163	<i>Valid</i>

Sumber : Data primer Yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui semua pertanyaan masing-masing variabel yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, semua item pertanyaan dalam variabel menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel (0,163) dengan tingkat signifikansi $<$ dari 0,050 dan berbintang dua yang menunjukkan signifikan pada level 1% dan item pertanyaan berbintang satu yang menunjukkan signifikan pada level 5%, sehingga tidak ada item pertanyaan yang dihapus dan semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula (Siregar, 2015). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Cara pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengukuran *one shot* atau pengukuran sekali saja. Pengukuran hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai

Cronbach Alpha (α) > 0.60 (Bawono, 2006). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1.1	12,0300	1,524	,767	,819
X1.2	12,0300	1,767	,795	,827
X1.3	12,0800	1,488	,728	,837
X1.4	12,1300	1,528	,671	,863
X2.1	15,5300	5,403	,762	,916
X2.2	15,5700	5,318	,808	,907
X2.3	15,5300	5,464	,814	,906
X2.4	15,5200	5,505	,809	,907
X2.5	15,5700	5,197	,832	,903
X3.1	16,2700	3,088	,816	,844
X3.2	16,2100	3,178	,797	,850
X3.3	16,3200	3,109	,732	,866
X3.4	16,4400	3,481	,626	,888
X3.5	16,4000	3,495	,691	,874

X4.1	12,2828	2,960	,856	,936
X4.2	12,3838	2,994	,868	,932
X4.3	12,3131	3,054	,904	,922
X4.4	12.3232	2,915	,867	,933
Y1.1	12,1400	2,303	,741	,780
Y1.2	11,9500	2,149	,692	,796
Y1.3	11,9200	2,256	,707	,790
Y1.4	12,2300	2,219	,597	,842

Sumber : data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach alpha* > 0,60, dengan demikian seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Sehingga semua butir pertanyaan dapat dipercaya dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi dimana terdapat korelasi variabel-variabel *independent* di antara satu dengan yang lainnya (Bawono, 2006). Pada penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan metode VIF (*Varian Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance* yang ada pada tabel *coefficients*. Suatu model regresi dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas apabila nilai Sig. yang diperoleh dari pengujian tidak lebih dari 5.

Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh tabel *coefficients* sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolineritas
Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,706	1,706		1,43	0,156		
	Kualitas Harga	0,232	0,107	0,197	2,174	0,032	0,436	2,295
	Promosi	0,274	0,055	0,405	5,012	0	0,55	1,82
	Lokasi	0,089	0,089	0,103	0,997	0,321	0,335	2,982
	Kualitas Pelayanan	0,212	0,074	0,251	2,849	0,005	0,464	2,156

Dependent Variable: Keputusan Nasabah Memilih Produk
Gadai Emas

Sumber : data Primer Yang Diolah 2022

Dari tabel *coefficients* di atas dapat dilihat bahwa semua variabel *independent* (Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) masing-masing mempunyai VIF yang tidak lebih besar dari 5. Maka dapat diartikan bahwa semua variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini lolos dari gejala multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Park.

Dari pengujian yang dilakukan diperoleh tabel *Coefficients* sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Park
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,706	1,193		1,43	0,156
Kualitas Harga	0,232	0,107	0,197	2,174	0,032
Promosi	0,274	0,055	0,405	5,012	0
Lokasi	0,089	0,089	0,103	0,997	0,321
Kualitas Pelayanan	0,212	0,074	0,251	2,849	0,005

Dependent Variabel : Kualitas harga

Sumber : data Primer Yang Diolah, 2022

Dari tabel *coefficients* di atas dapat dilihat bahwa semua variabel independen yang digunakan pada penelitian ini masing-masing mempunyai nilai Sig. yang lebih dari 0,05, yang berarti tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik. Maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi yang digunakan dianggap layak digunakan untuk memprediksi Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas, berdasarkan masukan variabel *independent* Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas pelayanan.

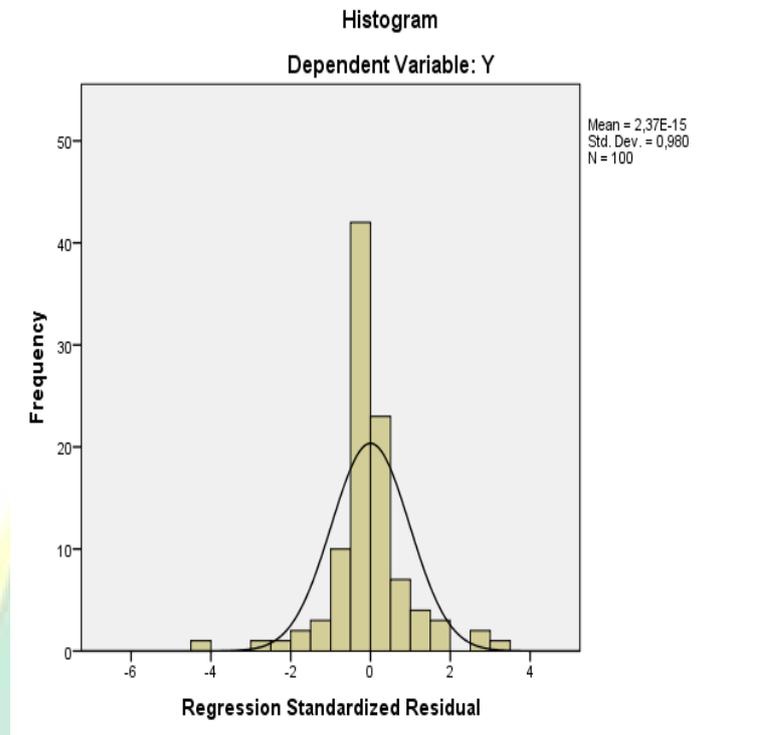
3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, data variabel *dependent* dan *independent* yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak (Bawono, 2006). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual terdistribusi secara normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018).

Salah satu cara termudah untuk mengetahui distribusi sudah terbesar secara normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik histogram dan grafik normal *probability plot*.

Gambar 4.7

Grafik Histrogram

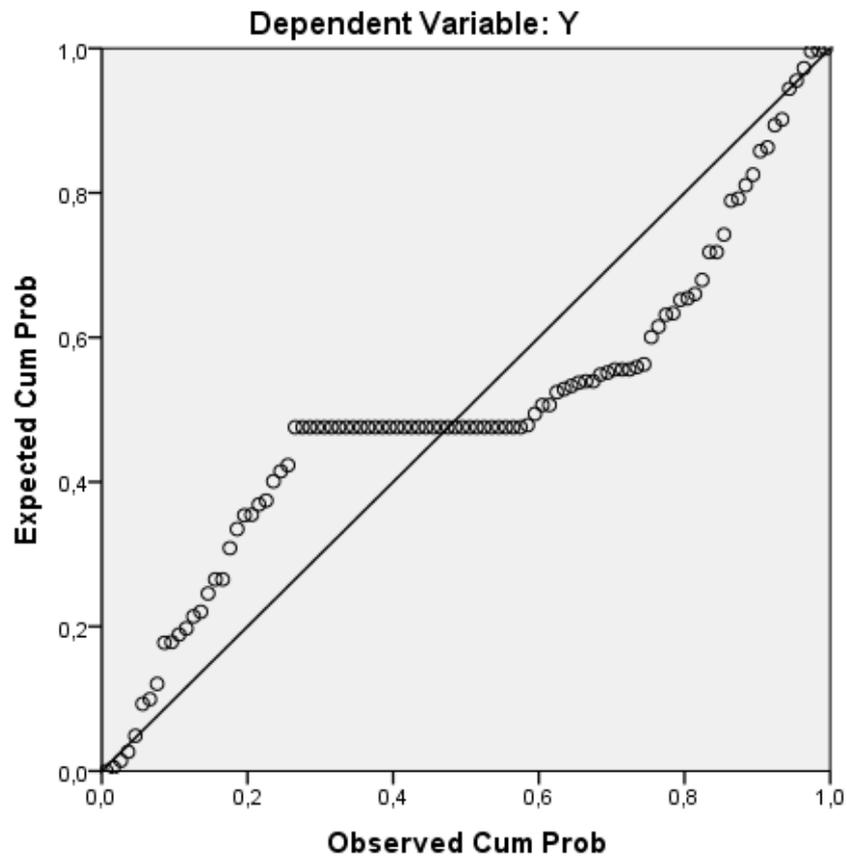


Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Dari gambar 4.7 di atas dapat dilihat perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati tidak normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.8
Grafik Normal probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Dari grafik *Normal Probability Plot* di atas, dapat dilihat perbandingan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data dari distribusi normal. Pada grafik tersebut terlihat tidak adanya titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal, sedangkan penyebarannya tidak mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak memenuhi asumsi normalitas.

Kemudian dilakukan uji statistik *non-parametik Kolmogorov-smirnov* (K-S), jika nilai signifikan di atas 0,05 maka data residual

terdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikan dibawah 0,05 maka data residual tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.12
Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	0E-7
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1,13355976
Most Extreme	Absolute	,215
Differences	Positive	,186
	Negative	-,215
Kolmogorov-Smirnov Z		2,152
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel 4.12 di atas dapat dilihat nilai *test statistic Kolmogrov-smirnov* sebesar 2,152 dan Asymp. Sig 0,000 lebih kecil dari 0,05, jadi dapat disimpulkan data tersebut tidak terdistribusi normal.

4. Uji Linieritas

Pengujian linearitas digunakan untuk menguji apakah spesifikasi model yang digunakan tepat atau lebih baik dalam spesifikasi model bentuk lain. Spesifikasi model dapat berupa linear, kuadrat atau kubik (Bawono,2006). Pada penelitian ini, uji linieritas dilakukan dengan metode *Analyze Compare Means*. Variabel *independent* dapat dikatakan mempunyai hubungan linier dengan variabel *dependent* apabila nilai Sig. pada baris *Dependent From Linearity* dalam tabel ANOVA mempunyai nilai lebih besar dari 0,05 (Suyono, 2015).

Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Persamaan Linier

Variabel	Sig. Deviation From Linearity	Keterangan
Kualitas Harga	,032	Tidak Linear
Promosi	,000	Tidal Linear
Lokasi	,321	Linear
Kualitas Pelayanan	,005	Tidak Linear

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Data tabel diatas dapat dilihat bahwa semua variabel *independent* (Kualitas Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan) memiliki nilai *Sig. Deviation From Linearity* lebih kecil dari 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa antara variabel *independent* dan variabel *dependent* yang digunakan pada penelitian ini bersifat tidak linier.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Ttest (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel *independent* secara parsial (per variabel) terhadap variabel *dependent*. Pada penelitian ini, uji t dilakukan untuk melihat tingkat signifikan variabel Kualitas harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan dengan variabel Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Suatu variabel *independent* dikatakan signifikan secara individu mempengaruhi variabel *dependent* apabila nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006).

Dari analisis regresi yang dilakukan, diperoleh tabel *coefficients* sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Ttest (Parsial)

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,706	1,193		1,430	,156
Kualitas Harga	,232	,107	,197	2,174	,032
Promosi	,274	,055	,405	5,012	,000
Lokasi	,089	,089	,103	,997	,321
Kualitas Pelayanan	,212	,074	,251	2,849	,005

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber : Data Primer Yang Dioalah, 2022

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Harga

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,032 < 0,05$ dan nilai t Hitung $2,174 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 di terima yang berarti Kualitas Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

b. Variabel Promosi

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t Hitung $5,012 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 di terima yang berarti Promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

c. Variabel Lokasi

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,321 > 0,05$ dan nilai t Hitung $0,997 < 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak memiliki

pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

d. Variabel Kualitas Pelayanan

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X4 terhadap y adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t Hitung $2,849 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

2. Uji Ftest (Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel *independent* secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel *dependent* (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Variabel *independent* dikatakan signifikan mempengaruhi variabel *dependent* secara bersama-sama apabila Sig. lebih kecil dari 0,05 (Bawono, 2006).

Dari pengujian yang dilakukan, diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Ftest (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	246,149	4	61,537	45,956	,000 ^b
Residual	127,211	95	1,339		
Total	373,360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Harga, Lokasi

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2022

Dari tabel ANOVA di atas dapat dilihat bahwa pengaruh X terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F Hitung $45,956 > 2,758$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H5 di terima yang

berarti Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel mempengaruhi variabel *dependent* (Bawono, 2006). Pada penelitian ini, koefisien determinasi menunjukkan tingkat hubungan antara variabel Kualitas harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan dengan variabel Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Uji koefisien determinasi dilakukan dengan melihat R² pada tabel *Model Summary* dari hasil analisis regresi. Apabila nilai R semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa kontribusi variabel *independent* semakin kuat mempengaruhi variabel *dependent*. Nilai yang digunakan yaitu koefisien determinasi *adjusted*.

Dari analisis regresi yang dilakukan, diperoleh tabel *Model Summary* sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,659	,645	1,157

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Harga, Lokasi

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2022

Berdasarkan tabel *Model Summary* di atas, maka dapat diinterpretasikan hasil dari pengujian koefisien determinasi sebagai berikut:

- a. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,812 ini artinya Terdapat hubungan yang kuat antara variabel *independent* (Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) dengan variabel *dependent* (Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas) mencapai 81,2%.

- b. Koefisien determinasi *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,645, ini artinya bahwa kontribusi variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* sebesar 64,5%, sedangkan sisanya yang sebesar 35,5% dipengaruhi oleh variabel yang lain di luar model.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pengujian yang telah dilakukan, berdasarkan hasil uji variabel secara individu (Uji t), variabel *independent* (Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel *dependent* (Keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Harga terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas.

Diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,032 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,174 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yang berarti Kualitas Harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Hal tersebut dikarenakan kualitas harga yang diberikan oleh PT Pegadaian UPC Sumpiuh Kabupaten Banyumas cukup baik.

Berdasarkan survei, nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas menilai bahwa harga yang ditetapkan memang terjangkau sesuai dengan kualitas serta manfaat yang didapatkan. Hal tersebut selaras dengan landasan teologis variabel kualitas harga terdapat dalam Qur'an Surat Hud ayat 85:

وَيَقَوْمٍ أَوْتُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي
الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai kaumku, penuhilah takaran dan timbangan dengan adil! Janganlah kamu merugikan manusia akan hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di bumi dengan menjadi perusak!" (QS. Hud: 85).

Bahwa di atas berisi dalam kegiatan perniagaan, kualifikasi hak yang mendasar adalah menetapkan kualitas dan perniagaan. Islam melarang menipu yang memicu adanya keraguan-keraguan atau *gharar*. Dengan demikian, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.

Penelitian ini serupa dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mardani, et. al (2020) dalam jurnal penelitiannya menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam pengembangan perumahan subsidi Kota Pangkalpinang. Sebaiknya tidak sejalan dengan penelitian skripsi oleh Putri (2018) menunjukkan harga berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Gadai Emas.

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t Hitung $5,012 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti Promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas. Dengan demikian dalam QS. Al-Baqarah ayat 41:

وَأْمِنُوا بِمَا أَنْزَلْتُ مُصَدِّقًا لِمَا مَعَكُمْ وَلَا تَكُونُوا أَوَّلَ كَافِرٍ بِهِ وَلَا تَشْتَرُوا بِآيَاتِي ثَمَنًا قَلِيلًا وَإِيَّايَ فَاتَّقُون

Terjemah Kemenag 2019

"Berimanlah kamu kepada apa (Al-Qur'an) yang telah Aku turunkan sebagai pembeda bagi apa yang ada pada kamu (Taurat) dan janganlah kamu menjadi orang yang pertama kafir kepadanya. Janganlah kamu menukarkan ayat-ayat-Ku dengan harga murah dan bertakwalah hanya kepada-Ku" (QS. Al-Baqarah: 41).

Bahwa ayat di atas menjelaskan dilarang menukarkan ayat-ayat Allah dengan harga yang rendah dan hanya kepada Allah-lah kamu

harus bertakwa. Hal tersebut dikarenakan promosi yang disampaikan PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh Kabupaten Banyumas cukup menarik. Kemudian media yang digunakan untuk menyampaikan promosi mudah dipahami seperti yang terdapat pada brosur.

Dengan demikian, hasil ini mendukung teori yang diungkapkan Idrus, Taufiq Al (2018) yang menyatakan bahwa faktor promosi menunjukkan rekomendasi individu atau kelompok adalah alternatif keputusan yang paling mempengaruhi nasabah. Muhammad Ras Muis dan Muhammad Fahmi (2017), Zaki Mubarak dan Indriani Windasari (2014), Rika Yulianti, Marijati Sangen dan ahmad Rifani (2016) yang menyatakan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT Pegadaian, dan Muhammad aris Sulistyono (2016) Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah PT Pegadaian.

Serta menolak teori yang diungkapkan oleh Atfal arifin dan Husnul khotimah (2014) yang menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Gadai Emas.

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar $0,321 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,997 < 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 ditolak yang berarti tidak memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas.

Dengan demikian, dikarenakan lokasi parkir yang kurang memadai apabila kondisi pegadaian sedang dalam keadaan ramai nasabah, sehingga sebagian nasabah memarkirkan kendaraan dibahu jalan serta tidak tertata rapinya kendaraan di lokasi parkir. Maka responden menilai lahan parkir yang tersedia kurang memuaskan nasabah. Dikarenakan pemilihan lokasi yang baik yaitu yang memiliki tempat

parkir luas, dan menyangkut kenyamanan dan keamanan. (Tjiptono, 2004).

Berdasarkan survei, penentuan lokasi PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas, memang strategis, dekat dengan jalan raya, dan pemukiman. Hal ini sangat memudahkan nasabah untuk datang ke PT Pegadaian (persero UPC Sumpiuh-Banyumas sebab lokasinya dapat ditempuh dengan transportasi umum. Hal tersebut selaras dalam Q.S Al'a'raf: 56:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ
مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik. Berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik" (QS. Al-A'raf: 56).

Ayat di atas menjelaskan Islam melarang melakukan kerusakan lingkungan dan dalam seharusnya pengusaha harus bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar.

Dengan demikian, hasil ini mendukung teori yang diungkapkan Atwal Arifudin dan Husnul Khotimah (2014) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat memilih Pegadaian.

Serta menolak teori Idrus, taufiq Al (2018) yang menyatakan bahwa faktor lokasi menunjukkan jarak lokasi yang terjangkau adalah alternative keputusan yang paling mempengaruhi nasabah.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Gadai Emas.

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X4 terhadap Y adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,849 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah

dalam memilih produk gadai emas. Hal tersebut memberikan makna bahwa pelayanan yang baik dapat menjamin masyarakat menjadi nasabah. Dengan demikian, hasil ini mendukung teori R Rama Riyan Jazulia (2018) yang menyatakan bahwa Pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah. Meri Andriani, Myrna, Sofia dan Nurhasanah (2018) yang menyatakan bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, dan Lilis Aristiyani, dan I Gusti Putu Darya (2018) yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

Menurut hasil wawancara, pihak pegawai PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas mengatakan bahwa mereka mengutamakan pelayanan yang baik, ramah dan berusaha agar tidak mengecewakan konsumen.

Selain itu berdasarkan survei, mayoritas nasabah menilai bahwa di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas baik, dan ramah hanya perlu ditingkatkan kembali serta memperbanyak karyawan agar tidak lama mengantri. Hal tersebut selaras dalam beberapa surat:

a. Prinsip tolong menolong (Ta'awun) dalam QS. A-Maidah ayat 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ
وَلَا آمِنِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَنْتَعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ
فَأَصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَا نُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا
وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
شَدِيدُ الْعِقَابِ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar kesucian Allah, dan jangan (melanggar kehormatan) bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) hadyu (hewan-hewan kurban) dan qalaid (hewan-hewan qurban yang diberi tanda), dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah; mereka mencari karunia dan keridhaan Tuhannya. Tetapi apabila kamu telah menyelesaikan ihram, maka bolehlah kamu berburu. Jangan sampai kebencian(mu) kepada suatu kaum karena mereka menghalang-halangi dari Masjidilharam,

mendorongmu berbuat melampaui batas (kepada mereka). Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kamu kepada Allah, Sunggu, Allah sangat berat siksa-Nya" (Al-Maidah: 2).

- b. Prinsip memberi kemudahan (*At-Taysir*) dalam QS. Al-Baqarah ayat 185

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَى وَالْفُرْقَانِ
فَمَن شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ
أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَى
مَا هَدَيْكُمُ وَعَلَّكُمُ تَشْكُرُونَ

Terjemah Kemenag 2019

"Bulan Ramadan adalah (bulan) yang di dalamnya diturunkan Al-Qur'an sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu serta pembeda (antara yang hak dan yang batil). Oleh karena itu, siapa di antara kamu hadir (di tempat tinggalnya atau bukan musafir) pada bulan itu, berpuasalah. Siapa yang sakit atau dalam perjalanan (lalu tidak berpuasa), maka (wajib menggantinya) sebanyak hari (yang ditinggalkannya) pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu agar kamu bersyukur" (QS. Al-Baqarah: 185).

- c. Prinsip Persamaan (*Musawah*) dal QS. Al-Hujurat ayat 13

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ لُدْمِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu" (QS. Al-Hujurat: 6).

- d. Prinsip Saling Mencintai (*Mahabbah*) dalam QS. Ali Imran ayat 112

ضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلِيلَةُ أَيْنَ مَا تُفْقَرُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِنَ اللَّهِ وَحَبْلِ مِنَ النَّاسِ وَبَاءُوا
بِعِصْيَانٍ مِنَ اللَّهِ وَضُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الْمَسْكَنَةُ ۗ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ كَانُوا يَكْفُرُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ
وَيَقْتُلُونَ الْأَنْبِيَاءَ بِغَيْرِ حَقٍّ ۗ ذَلِكَ بِمَا عَصَوْا وَكَانُوا يَعْتَدُونَ

Terjemah Kemenag 2019

"Kehinaan ditimpakan kepada mereka di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka (berpegang) pada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia. Mereka pasti mendapat murka dari Allah dan kesengsaraan ditimpakan kepada mereka. Yang demikian itu karena mereka mengingkari ayat-ayat Allah dan membunuh para nabi tanpa hak (alasan yang benar). Yang demikian itu karena mereka durhaka dan melampaui batas" (QS Ali Imran 112).

- e. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*) dalam QS. Ali Imran ayat 159

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ
إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Terjemah Kemenag 2019

"Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal" (QS. Ali Imran: 159).

- f. Prinsip Kekeluargaan (*Ukhuwah*) dalam surat Al-Hujurat ayat 10

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ ۗ

Terjemah Kemenag 2019

"Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah kedua saudaramu (yang bertikai) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu dirahmati" (QS. Al-Hujurat: 10).

Hal tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan garus berprinsip pada tolong-menolong, memberi

kemudahan, saling mencintai, kekeluargaan, dan lemah lembut. Dengan demikian kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas sesuai dengan keadaan yang semestinya.

Serta menolak Maisur, M Arfan dan M. Shabari (2016) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah pada Bank Syariah.

Dari hasil pengujian secara serempak (Uji F) dapat dikatakan bahwa variabel *dependent* (kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan) bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent* (keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas) secara signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *f* hitung $45,956 > 2,758$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

Dari pengujian koefisien determinasi (R^2) yang dilakukan, diperoleh hasil koefisien detrminasi *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,645, ini artinya bahwa kontribusi variabel *Independent* mempengaruhi variabel *Dependent* sebesar 64,5% sedangkan sisanya yang sebesar 35,5% dipengaruhi oleh variabel yang lain di luar model.

Tabel 4.17

Kesimpulan Uji

H	Hipotesis	Hasil
H1	Kualitas harga terhadap keputusan nasabah.	Diterima
H2	Promosi terhadap keputusan nasabah.	Diterima

H3	Lokasi terhadap keputusan nasabah.	Ditolak
H4	Kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.	Diterima
H5	Kualitas harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah.	Diterima



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan melihat pembahasan dari hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih produk gadai emas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan uji instrumen penelitian:

a. Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas menunjukkan bahwa semua item kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara umum bersifat valid.

b. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua item kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara umum bersifat reliabel.

2. Berdasarkan Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji linearitas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, bebas dari multikolinieritas, dan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan tidak linier, sehingga memenuhi persyaratan uji asumsi klasik.

3. Berdasarkan Uji T (Parsial)

a. Diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 (kualitas harga) terhadap Y (keputusan nasabah) adalah sebesar $0,032 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,174 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

b. Diketahui nilai signifikan untuk X2 (promosi) terhadap Y (keputusan nasabah) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t

hitung $5,012 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_2 terhadap Y .

- c. Diketahui nilai signifikan untuk X_3 (Lokasi) terhadap Y (keputusan nasabah) adalah sebesar $0,321 > 0,05$ dan t hitung $0,997 < 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak yang berarti tidak memiliki pengaruh X_3 terhadap Y .
- d. Diketahui nilai signifikan untuk X_4 (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Keputusan Nasabah) adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,849 > 1,984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa X_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_4 terhadap Y .

5. Berdasarkan Uji F (Simultan)

Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F), bahwa pengaruh X terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $45,956 > 2,758$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima yang berarti kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.

6. Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2)

- a. Koefisien korelasi (R) sebesar $0,812$ ini artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel *independent* (kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan) dengan variabel *dependent* (keputusan nasabah) mencapai $81,2\%$.
- b. Koefisien determinasi *Adjusted R Square* (R^2) sebesar $0,645$, ini artinya bahwa kontribusi variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* sebesar $64,5\%$, sedangkan sisanya yang sebesar $35,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil analisis pembahasan dan kesimpulan di atas, terdapat saran-saran yang dapat diberikan agar mendapatkan hasil yang lebih baik:

1. Diharapkan PT Pegadaian (persero) UPC Sumpiuh Kabupaten Banyumas mampu mempertahankan bahkan meningkatkan pelayanan, serta promosi yang menarik karena pada dasarnya pada hasil penelitian ini faktor promosilah yang paling mempengaruhi terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas. Sehingga nasabah dapat lebih tertarik untuk menggunakan pembiayaan gadai emas pada PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh Kabupaten Banyumas.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel yang lebih varian lagi diluar varian kualitas harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas pada PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh Kabupaten Banyumas. Hal ini dikarenakan, dalam penelitian ini ke-empat variabel tersebut hanya mampu menjelaskan 64,5%, variasi keputusan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani Meri, dkk, 2018. "Pengaruh Tingkat Bunga, Pendapatan dan Pelayanan Terhadap Keputusan nasabah Dalam Pengambilan Kredit Gadai Pada PT. X" *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Universitas Maritim Raja ali Haji.
- Arfan, Maisur Muhammad, dan Shabri M, 2015. "Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, tingkat Pendapatan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan menabung Nasabah pada Bank Syariah Banda aceh", *Jurnal Magister Akuntansi*, ISSN 2302-0164
- Arifin Atwal dan Husnul khotimah, 2014. "Pengaruh produk, Pelayanna, Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan masyarakat Memilih Bank Syariah di surakarta". *Jurnal Accounting FEB-UMS*, ISBN: 978-602-70429-2-6
- Aristiyani Lilis, dan I Gusti Putu Darya, 2018. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi keputusan Nasabah dalam Meilih Tabungan Emas Pegadaian Syariah Balikpapan (Studi pada Nasabah pegadaian Syariah Gunung Sari Balikpapan)", *Jurnal Madani* Vol. 1 No. 1, Desember.
- Bahri, *Keputusan Pembelian dan kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, Desain Interior yang Berdampak pada Tingkay pembelian*, Jurnal Maksipreneur, (Vol. 8 No. 1), 2018
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analisis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Press
- Berutu Firman, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomidan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*, (Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009).
- Ferdiand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*: Edisi ke-tujuh. Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray dan Kotler Philip, *Prinsip-prinsip PemasaranI*. Edisi 12 Jilid 1 Jakarta: Erlangga, 2001

- Habibah Ummu, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura* Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume 1, Nomor I, Maret 2016.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Ibrahim Maruaty Dan Munadi Chairul, *Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Minat Konsumen Membeli Perumahan*
- Idrus, Taufiq Al, 2018. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Rahn di Pegadaian Syariah Ar-Hakim Medan dengan Cabang Metode Borda" Skripsi Universitas Sumatra
- Iful Anwar. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 4 No. 12.
- Iwad Muhamad, *Strategi Penentuan Lokasi Lembaga Keuangan Non Bank*, Dalam Jurnal 2013.
- Jazulia, R. Rama Riyan, 2018. "Analisis Dampak Nilai Taksir, Biaya dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah: Studi Kasus di Pegadaian syariah Unit Bunul Kota Malang", *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3, No. 2, September.
- Kristianto, Angga Widi. 2020. *Journal Of World Conference*. Surabaya.
- Kotler. Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Nazir. 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Yogyakarta: Ekonisia, 2013.
- M Nur Riyanto Al-Arif. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Cetakan kedua. Jakarta. Alfabeta.
- Mubarok Zaki dan Indriani Windasari, 2014. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Memilih Pegadaian

syariah di Kota Banjarmasin", *Jurnal Studi Ekonomi*, ISSN 1979-3804, E-ISSN 2548-9941.

Muhajirin dan Maya Panorama.2017. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta. Idea Press.

Muis Ras Muhammad dan Muhammad fahmi, 2017. "Pengaruh Promosi dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Nasabah" *Jurnal Ilmiah Kohesi* Vol. 1 No. 3 Oktober, ISSN : 2579-5872.

Muri Yusuf, A. 2005. *Metodologi Penelitian (Dasar-dasar Penyelidikan Ilmiah)*. Padang: UNP Press.

Mustofhoha Bisri. *Al-Ibriz Lima'rifatil Al-Qur'anil Aziz*. Rembang. Menara Kudus.

Novita Klarisa. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Swalayan Maxi Balikpapan*.

Rizqa Ramadhani Tyas. 2015. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang*. Vol. 3 No. 2

Sanusi, Anwar. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.

Shalih, *Fikih Muyassa*, Jakarta: Darul Haq, 2017.

Siregar Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Sulistiyono Aris Muhammad, 2016. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada PT. Bank Negara Indonesia syariah kantor kas FE Condongcatur Yogyakarta)" *Jurnal Fakultas Ilmu agama islam Universitas islam Indonesia*.

Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

Suryani & Hendriyadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif (Teori dan Aplikasi Pada Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Suyono. 2015. *Analisis Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Swastha, *Menejemen Pemasaran Modern*, Cetakan Ke-VII Yogyakarta: Liberty, 2008.

Thamrin, Abdullah. *Managemen Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, H. 2003. *Metode Riset Bisnis (Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wibisono, Dermawan. 2003. *Riset Bisnis Panduan bagi Praktisi dan Akademisi*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Yamin, S & Kurniawan, H. 2009. *SPSS complete: Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Jakarta: Salemba Infotek.



VECTIS

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Pengisian Kuisisioner

**KUISISIONER PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI, LOKASI
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS.
(Studi Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-
Banyumas)**

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 di Universitas Islam Negeri Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, saya Suwarti mahasiswi S-1 Ekonomi syariah 2018 memohon kepada saudara/I untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi.

Seluruh kerahasiaan responden akan dijaga dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja, serta tidak disebar luaskan kepada pihak lain tanpa persetujuan Anda. Saya mengucapkan terimakasih atas kesediaan dan partisipasi saudara/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Atas perhatian dan kerjasama saudara/i saya ucapkan terimakasih.

PT PEGADAIAN (PERSERO)
KECAMATAN SUMPIUH
KABUPATEN BANYUMAS

Alamat : Jl Raya Sumpiuh No. 182, Kec. Sumpiuh, Kab.
Banyumas, Jawa Tengah 53195

Hal : Surat Izin Penelitian Skripsi

Kepada Yth :
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
Ibu Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Helma Iqbal N

Jabatan : Penaksir

Menerangkan bahwa,

Nama : Suwarti

NIM : 1817201245

Universitas : Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di PT Pegadaian (Persero) UPC
Sumpiuh-Banyumas.

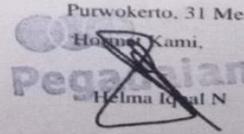
**Pengaruh Kualitas Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi
Kasus Pada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.**

Dengan surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 31 Mei 2022

Hormat Kami,


Helma Iqbal N

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

ANGKET KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK GADAI EMAS DI PT PEGADAIAN (PERSERO) UPC SUMPIUH- BANYUMAS

Nama :

A. Mohon untuk mengisi lembar identitas diri di bawah ini dengan cara melingkari untuk mengisinya:

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia responden
 - a. 20-29
 - b. 30-39
 - c. 40-49
 - d. >50
3. Agama
 - a. Islam
 - b. Kristen
 - c. Katolik
 - d. Hindu
 - e. Budha
 - f. Lainnya
4. Pendidikan
 - a. SD/Sederajat
 - b. SMP/ sederajat
 - c. SMA/ Sederajat
 - d. Akademi/S1/S2
5. Pekerjaan
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Petani
 - d. Swasta
 - e. Lainnya
6. Penghasilan per bulan:
 - a. Rp. 500.000 – Rp. 2.000.000
 - b. Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
 - c. Rp. 4.100.000 – Rp. 6.000.000
 - d. Rp. 6.100.000 – 8.000.000
 - e. Rp. 8.100.000 – Rp. 10.000.000
 - f. > Rp. 10.100.000

B. Petunjuk Pengerjaan

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan saksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban disetiap pertanyaan.
3. Isi kuisisioner dengan memberikan tanda centang (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4. Mohon cek ulang jawaban Anda, jika sudah sesuai mohon responden menyerahkan kuisisioner kepada peneliti.

C. Petunjuk Simbol

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

KS = Kurang Setuju (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju

1. Kualitas Harga

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harga pinjaman gadai emas PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas sesuai dengan kualitas produk.					
2.	Biaya administrasi yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
3.	Harga pinjaman gadai emas PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan masyarakat.					
4.	Harga pinjaman gadai emas yang ditetapkan PT Pegadaian (Persero) UPC					

	Sumpiuh-Banyumas berbeda dibandingkan dengan pegadaian syariah.					
--	---	--	--	--	--	--

2. Promosi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Informasi melalui berbagai media yang dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas mempengaruhi saya untuk mengadaikan emas di jasa gadai emas Pegadaian Sumpiuh-Banyumas.					
2.	Spanduk gadai emas yang dibuat menarik dan mudah dipahami mempengaruhi saya untuk mengadaikan emas di jasa gadai emas Pegadaian Sumpiuh-Banyumas.					
3.	Informasi yang diberikan kepada Nasabah PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas mengenai gadai emas mempengaruhi saya memilih jasa gadai emas di PT Pegadaian Sumpiuh-Banyumas.					
4.	Informasi yang diberikan pegawai Pegadaian Sumpiuh mengenai gadai emas mempengaruhi saya memilih jasa gadai emas di PT Pegadaian Sumpiuh-Banyumas.					
5.	Informasi melalui website PT Pegadaian mengenai gadai emas yang jelas dan terkini mempengaruhi saya untuk mengadaikan emas di jasa gadai emas PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					

3. Lokasi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Akses menuju PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas yang mudah dijangkau membuat saya memutuskan untuk mengadaikan emas di sini.					
2.	Tempat Pegadaian terletak di jalan utama atau di wilayah perkotaan yang strategis di pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas membuat saya memutuskan untuk mengadaikan emas di sini.					
3.	Jarak rumah menuju PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas yang dekat membuat saya memutuskan untuk mengadaikan emas di sini.					
4.	Tempat parkir yang cukup luas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh membuat saya memutuskan untuk mengadaikan emas di sini.					
5.	Tersedianya tempat yang cukup luas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas membuat saya memutuskan untuk mengadaikan emas di sini.					

4. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Fasilitas yang bagus, lengkap dan kenyamanan dalam melakukan transaksi mempengaruhi saya untuk menggunakan jasa gadai emas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
2.	Penyampaian jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat kepada nasabah mempengaruhi saya menggunakan jasa gadai emas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
3.	Penjelasan yang jelas, akurat oleh penaksir dan kasir dapat mempengaruhi saya menggunakan jasa gadai emas di PT Pegadaian (Persero) Upc Sumpiuh-Banyumas.					
4.	Kasir dan Penaksir yang cepat dan tanggap dapat mempengaruhi saya untuk menggunakan jasa gadai emas di Pt Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					

5. Keputusan Nasabah Dalam Memilih Gadai Emas

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Nilai taksiran yang terjangkau dan biaya pinjaman yang relative rendah, sebab diskon biaya pinjaman mempengaruhi keputusan saya menggunakan jasa gadai emas di PT					

	Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
2.	Pelayanan yang baik, cepat dapat di andalkandan sesuai dengan etika mendorong saya menggunakan pembiayaan gadai emas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
3.	Lokasi yang strategis, mudah dijangkau serta fasilitas kendaraan umum yang mudah mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan jasa gadai emas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh-Banyumas.					
4.	Promosi pada WEB yang jelas mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan jasa gadai emas di PT Pegadaian (Persero) UPC Sumpiuh.					

Lampiran 2. Data Responden

DATA RESPONDEN

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	AGAMA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENGHASILAN
1	Dwi Kristanti	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
2	Herman	Laki-laki	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
3	Eko Santoso	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
4	Mariah	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
5	Robingah	Perempuan	>50	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
6	Yulianti	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
7	Turyadi	Laki-laki	>50	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
8	Yuli L	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
9	Suyanti	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
10	Katarina S	Perempuan	>50	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
11	Ramlan Mustofa	Laki-laki	40-49	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000
12	Sukarno	Laki-laki	>50	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
13	F	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
14	Yuliana Irfanni	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
15	Iis Nurhayati	Perempuan	40-49	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
16	Ny. L	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
17	Siti Fatimah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
18	L	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
19	A U	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
20	S	Perempuan	>50	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
21	H S	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000

22	Khomsianti	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
23	Priyati	Perempuan	>50	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
24	Ratna Puspasari	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
25	Toto S	Laki-laki	>50	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
26	Sri Masrochah	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
27	Nunik Rahaya	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
28	Ummi Kultsum	Perempuan	40-49	Islam	SD/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
29	Suci Nikmah H	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
30	Surani	Perempuan	30-39	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
31	Masriyah	Perempuan	40-49	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
32	Tri Winarsih	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
33	Nova Eka R	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
34	Wahyuni	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
35	Yanni	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
36	Widya Alviani Putri	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
37	Yohana	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
38	Sugiarti	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
39	Tri Pujianti	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
40	Faridatun Nida	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
41	Elisa	Perempuan	20-29	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
42	Muhimah	Perempuan	>50	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
43	Sari Ahyani	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
44	Rendyah I	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
45	Martus Soliah	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
46	Deni	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 6.100.000 -

	Sulistiowati						Rp. 8.000.000
47	Yudi Rahmat	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
48	Fatimah	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
49	Margiyati	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
50	Dwi Irma P	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
51	Kamalia	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
52	Novita Berlianti	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
53	Nur Khasanah	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
54	Sutejo	Laki-laki	>50	Islam	Akademi/S1/S2	PNS	Rp. 4.100.000 - Rp. 6.000.000
55	Sigit	Laki-laki	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 6.100.000 - Rp. 8.000.000
56	Sugiono	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
57	Sodiyah	Perempuan	>50	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
58	Sri Wahyuni	Perempuan	>50	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
59	Sulis Ma'rifatun N	Perempuan	20-29	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
60	Sutarno	Laki-laki	40-49	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
61	Nining Setyaningrum	Perempuan	20-29	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
62	Rosi Ayu	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
63	Novi	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
64	Ade Setiawan	Laki-laki	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
65	Murmawati	Perempuan	40-49	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
66	Hijriyanti	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
67	Wahyu Hidayat	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
68	Siti Khotimah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
69	Destya	Perempuan	20-29	Islam	Akademi/S1/S2	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
70	Slamet Pujiono	Laki-laki	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000

71	Supartiningsih	Perempuan	>50	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
72	Sukimah	Perempuan	>50	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
73	Nafsiyah	Perempuan	>50	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
74	Ratna Yeni W M	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
75	Dian Murtisari	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
76	Rini	Perempuan	40-49	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
77	Musliah	Perempuan	>50	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
78	Endang S	Perempuan	30-39	Islam	Akademi/S1/S2	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
79	Siti Khusnul K	Perempuan	>50	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
80	Susmiyati	Perempuan	40-49	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
81	Ani Nurhayati	Perempuan	40-49	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
82	Ilham Alif J	Laki-laki	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
83	Mera Laisa	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
84	Siti Nur Q	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
85	Piah	Perempuan	40-49	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
86	Nur Wahyudi	Laki-laki	40-49	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
87	Lasmiyanti	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
88	Daryati	Perempuan	>50	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
89	Tri Buirah	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
90	Siti Mustiah	Perempuan	30-39	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
91	Endri W	Laki-laki	40-49	Islam	Akademi/S1/S2	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
92	Wiji Astuti	Perempuan	30-39	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
93	Mei Priatin	Perempuan	20-29	Islam	SMA/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
94	Salman	Laki-laki	>50	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
95	Subaedi	Laki-laki	>50	Islam	SMP/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 -

							Rp. 2.000.000
96	Fira Arilia	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
97	Miftah Huszuhdi	Laki-laki	30-29	Islam	SMA/Sederajat	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
98	Nuridah	Perempuan	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000
99	Surip Parwati	Perempuan	40-49	Islam	SD/Sederajat	Lainnya	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
100	M Mustofidur R	Laki-laki	20-29	Islam	SMP/Sederajat	Lainnya	Rp. 2.100.000 - Rp. 4.000.000



VECTIS

Lampiran 3. Data Pengujian

DATA PENGUJIAN

A. Kualitas Harga

Responden	Butir Pertanyaan			
	1	2	3	4
1	4	4	4	4
2	5	5	5	5
3	4	4	2	4
4	4	4	4	4
5	5	5	4	3
6	4	4	4	4
7	5	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	4	4	4	4
11	5	5	5	5
12	5	4	4	4
13	5	4	5	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	3
16	4	4	4	4
17	4	4	4	4
18	4	4	4	3
19	4	4	2	4
20	4	4	4	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	5
26	4	4	4	4
27	4	4	4	4
28	4	4	4	4
29	4	4	4	4
30	3	4	4	3
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4

33	4	4	4	5
34	4	4	4	3
35	4	4	4	4
36	4	4	5	4
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	3	4	4	4
40	4	4	4	4
41	4	3	4	3
42	4	4	4	4
43	4	4	4	4
44	5	5	5	5
45	4	4	4	4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	4
48	4	4	4	4
49	4	4	4	4
50	4	4	4	3
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	4	4	4	4
55	4	4	4	4
56	4	4	4	4
57	4	4	4	4
58	3	4	4	4
59	4	4	4	4
60	4	4	4	4
61	4	4	4	4
62	4	4	4	3
63	5	4	4	4
64	5	5	5	5
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	5	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4

72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	3	3
75	4	4	4	4
76	5	5	5	5
77	4	4	4	4
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	4	4	4	4
81	4	4	4	4
82	4	4	4	4
83	4	4	4	4
84	4	4	4	4
85	5	5	5	4
86	4	4	4	4
87	4	4	4	4
88	4	4	4	4
89	4	4	4	3
90	1	2	1	1
91	4	4	4	4
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	5	5	5	5
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	4	4	4
98	4	4	4	4
99	4	4	4	4
100	4	4	4	5

B. Promosi

Responden	Butir Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	4	4	4	4	4
2	4	4	5	4	4
3	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4
5	3	4	4	4	4

6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	3	3	3	4	4
10	3	3	3	3	3
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	3
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4
22	4	3	3	3	3
23	4	4	4	4	4
24	4	4	4	3	4
25	4	4	4	3	3
26	4	4	4	4	4
27	2	4	4	2	4
28	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4
30	4	3	4	3	4
31	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4
41	2	2	2	2	2
42	3	4	4	4	3
43	4	4	4	4	4
44	4	3	3	3	3

45	4	3	4	4	3
46	5	5	4	5	4
47	4	4	4	4	4
48	2	2	4	4	4
49	2	2	2	3	2
50	5	4	4	4	4
51	5	3	4	4	4
52	2	2	3	4	3
53	4	4	4	4	4
54	3	2	2	3	2
55	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	4	3	3	2
59	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	3	3	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4
64	5	4	5	5	5
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	3	4	4	4	4
75	2	2	2	2	2
76	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4
79	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4
81	4	4	5	4	5
82	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4

84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	5	4
86	4	3	4	4	3
87	4	4	4	4	4
88	4	5	4	5	5
89	4	4	3	4	3
90	2	2	2	1	1
91	4	4	4	4	4
92	5	4	4	5	5
93	5	4	4	4	5
94	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	4	5	5	4	4

C. Lokasi

Responden	Butir Pertanyaan				
	1	2	3	4	5
1	5	4	4	5	4
2	5	5	5	4	4
3	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	3
7	5	5	4	5	4
8	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4
11	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4

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

56	4	5	4	4	4
57	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	4
61	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4
63	5	5	5	4	5
64	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4
71	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5
77	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4
79	4	5	4	4	4
80	4	4	4	4	4
81	5	5	4	4	4
82	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4
85	5	5	5	4	5
86	5	5	5	5	4
87	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5
89	4	4	4	4	4
90	1	1	1	2	2
91	4	4	4	4	4
92	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4
94	4	5	4	4	4

95	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4
99	4	4	4	4	4
100	5	5	4	3	3

D. Kualitas Pelayanan

Responden	Butir Pertanyaan			
	1	2	3	4
1	5	4	4	4
2	4	4	4	4
3	2	2	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	3
6	5	5	5	5
7	4	4	4	4
8	4	4	4	4
9	4	4	4	4
10	5	5	5	5
11	5	4	4	5
12	5	5	5	5
13	5	4	5	5
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	4	4	4	4
17	4	4	4	4
18	4	4	4	5
19	4	4	4	4
20	4	4	4	3
21	4	4	4	4
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	4	4	4	4
27	4	4	4	4

28	5	4	5	5
29	4	4	4	4
30	4	4	4	4
31	4	4	4	4
32	4	4	4	4
33	5	4	5	4
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4
36	5	4	5	5
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	3	3	3	3
42	4	4	4	4
43	4	4	4	4
44	5	5	5	5
45	5	5	4	5
46	5	4	4	4
47	4	4	4	4
48	4	4	4	4
49	2	2	2	2
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	4	2	3	3
53	4	4	4	4
54	4	4	4	3
55	4	4	4	4
56	4	4	4	4
57	4	4	4	4
58	4	4	4	3
59	4	4	4	4
60	4	4	4	4
61	4	4	4	4
62	4	4	4	4
63	5	5	5	5
64	5	5	5	5
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4

67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	5	4	4	5
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4
75	4	4	4	4
76	5	5	5	5
77	4	4	4	4
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	5	5	5	5
81	4	5	5	5
82	4	4	4	4
83	4	4	4	4
84	4	4	4	4
85	5	5	5	5
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	5	4	4	5
89	4	4	4	4
90	1	1	1	1
91	4	5	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	5	4	5	4
98	4	4	4	4
99	5	5	5	5
100	4	4	4	4

E. Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas

Responden	Butir Pertanyaan			
	1	2	3	4
1	5	4	4	4
2	4	5	5	4
3	4	4	4	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
6	4	5	4	4
7	4	4	5	4
8	4	4	4	4
9	3	4	4	4
10	4	4	4	4
11	4	5	4	4
12	4	2	4	4
13	4	5	5	4
14	4	4	4	4
15	4	4	4	4
16	4	4	4	4
17	4	4	4	4
18	4	5	5	4
19	4	4	4	4
20	4	4	4	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	3
23	5	5	5	5
24	4	3	4	4
25	4	4	3	3
26	4	4	4	4
27	4	4	4	3
28	4	5	4	4
29	3	4	4	4
30	4	4	4	4
31	3	4	4	4
32	4	4	4	4
33	4	5	5	3
34	4	4	4	4
35	4	4	4	4

36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	4	4	4
41	2	3	4	2
42	4	4	4	4
43	4	4	4	4
44	5	5	5	2
45	4	4	5	4
46	4	4	5	4
47	4	4	4	4
48	3	3	3	3
49	3	4	4	2
50	4	5	5	4
51	4	5	4	4
52	3	4	3	3
53	4	4	4	4
54	3	4	4	2
55	4	4	4	4
56	4	5	5	4
57	4	4	4	4
58	3	3	4	3
59	4	4	4	4
60	4	4	5	4
61	4	4	4	4
62	4	4	4	4
63	4	5	5	5
64	5	5	5	4
65	4	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	4	4	4	4
69	4	4	4	4
70	4	4	4	4
71	4	4	4	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	4	4	4	4

75	4	4	4	2
76	5	5	5	5
77	4	4	4	4
78	4	4	4	4
79	4	4	4	4
80	4	5	5	4
81	4	4	5	4
82	4	4	4	4
83	4	4	4	4
84	4	4	4	4
85	4	5	5	4
86	4	4	4	4
87	4	4	4	4
88	4	5	5	5
89	4	4	4	3
90	1	1	1	1
91	4	5	4	4
92	4	4	4	4
93	5	5	5	5
94	4	4	4	4
95	4	4	4	4
96	4	4	4	4
97	4	4	4	4
98	4	4	4	4
99	4	5	4	4
100	4	4	5	4

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

UJI VALIDITAS

A. Kualitas Pelayanan

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,760**	,671**	,594**	,883**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,760**	1	,674**	,628**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,671**	,674**	1	,585**	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,594**	,628**	,585**	1	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X1.Total	Pearson Correlation	,883**	,865**	,856**	,825**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

B. Promosi

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,732**	,645**	,702**	,650**	,852**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,732**	1	,738**	,676**	,712**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,645**	,738**	1	,702**	,793**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,702**	,676**	,702**	1	,781**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,650**	,712**	,793**	,781**	1	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.Total	Pearson Correlation	,852**	,881**	,881**	,877**	,898**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

C. Lokasi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,800**	,678**	,648**	,565**	,884**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
X3.2	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,800**	1	,750**	,495**	,583**	,892**
X3.3	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,678**	,750**	1	,437**	,603**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
X3.5	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,648**	,495**	,437**	1	,604**	,737**
X3.Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100

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

D. Kualitas Pelayanan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.Total
X4.1	Pearson Correlation	1	,802**	,822**	,798**	,906**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
X4.2	N	100	100	99	100	100
	Pearson Correlation	,802**	1	,850**	,796**	,914**

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	99	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,822**	,850**	1	,852**	,930**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X4.4	Pearson Correlation	,798**	,796**	,852**	1	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	99	100	100
X4.Total	Pearson Correlation	,906**	,914**	,930**	,914**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	99	100	100

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

E. Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y.Total
Y1	Pearson Correlation	1	,616**	,609**	,629**	,851**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,616**	1	,698**	,460**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,609**	,698**	1	,486**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,629**	,460**	,486**	1	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Y.Total	Pearson Correlation	,851**	,838**	,837**	,788**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

UJI RELIABILITAS

A. Kualitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,872	4

B. Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,925	5

C. Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,889	5

D. Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,947	4

E. Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	4

Lampiran 6. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,706	1,706		1,43	0,156		
Kualitas Harga	0,232	0,107	0,197	2,174	0,032	0,436	2,295
Promosi	0,274	0,055	0,405	5,012	0	0,55	1,82
Lokasi	0,089	0,089	0,103	0,997	0,321	0,335	2,982
Kualitas Pelayanan	0,212	0,074	0,251	2,849	0,005	0,464	2,156



VECTIS

Lampiran 7. Hasil Uji Park

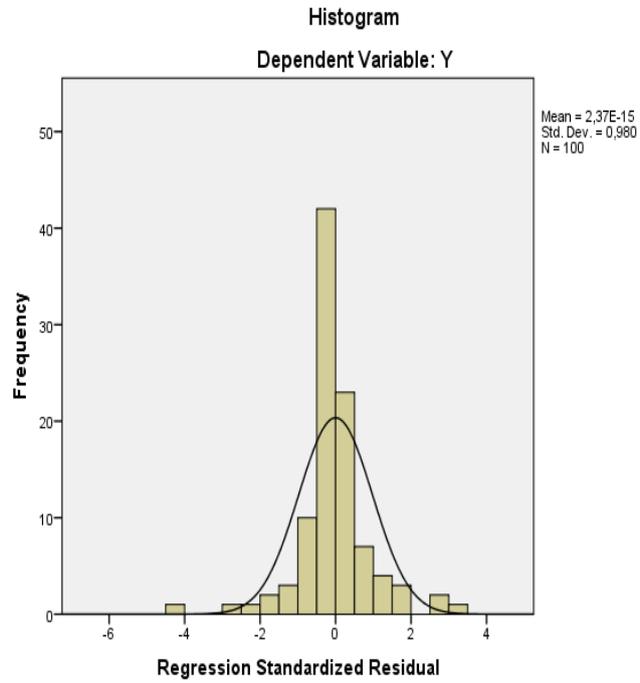
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,706	1,193		1,43	0,156
Kualitas Harga	0,232	0,107	0,197	2,174	0,032
Promosi	0,274	0,055	0,405	5,012	0
Lokasi	0,089	0,089	0,103	0,997	0,321
Kualitas Pelayanan	0,212	0,074	0,251	2,849	0,005

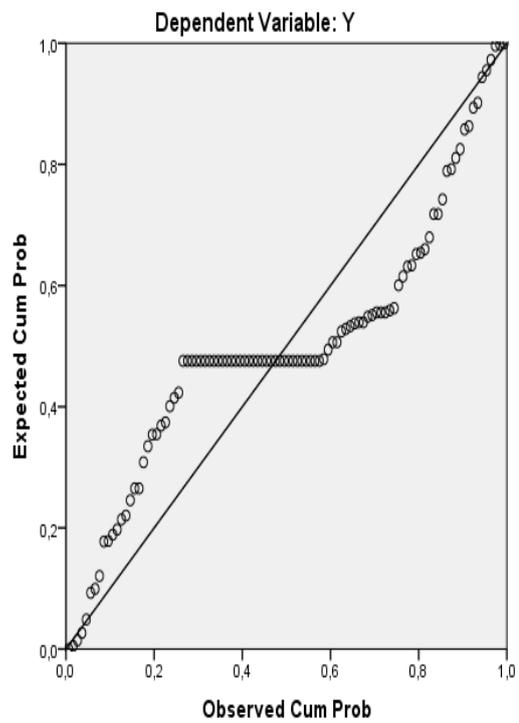


VECTIS

Lampiran 8. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 9. Uji Hipotesis

a. Uji t test (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,706	1,193		
Kualitas Harga	,232	,107	,197	2,174	,032
Promosi	,274	,055	,405	5,012	,000
Lokasi	,089	,089	,103	,997	,321
Kualitas Pelayanan	,212	,074	,251	2,849	,005

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Hasil Uji Ftest (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	246,149	4	61,537	45,956	,000 ^b
Residual	127,211	95	1,339		
Total	373,360	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Harga, Lokasi

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,812 ^a	,659	,645	1,157

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Harga, Lokasi

Lampiran 10. Sertifikat Bahasa Arab



Lampiran 11. Sertifikat Bahasa Inggris



Lampiran 12. Sertifikat Praktikum Laboratorium Hayati Ekonomi Syariah



Lampiran 13. Sertifikat PBAK Institut

PANITIA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN 2018
DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

Sertifikat
No.040/A-1/Pan.PBAK/DEMA-IV/II/2018

Diberikan kepada:
Suwar

sebagai **PESERTA** dalam kegiatan:
PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK & KEMAHASISWAAN 2018
yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dengan tema:
"Membangun Karakter Mahasiswa Cinta Tanah Air dalam Bingkai Islam Nusantara"

Purwokerto, 15-16 Agustus 2018

KATEGORI	NILAI
Kepemimpinan	98
Keaktifan	96
Kehadiran	100
Kedisiplinan	95
Kesopanan	97
Rata-Rata	97,2

Ketua DEMA
Noto Saputro
NIM. 1423301283

Mengetahui:
Wakil Rektor III
H. Subriyanto, L.C., M.S.I.
NIP. 19740226 199903 1 001

PAMTIAR PONTIAN
PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN
IAIN PURWOKERTO 2018
Triasih Kartikawati
NIM. 1522402122

Lampiran 14. Sertifikat Pelatihan Menulis Makalah



Lampiran 15. Sertifikan UPT Perpustakaan IAIN Purwokerto



Lampiran 16. Sertifikat PBAK Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Lampiran 17. Sertifikat Aplikasi Komputer

SERTIFIKAT APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/7356/XII/2021

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

Diberikan Kepada:

SUWARTI
NIM: 1817201246

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 30 September 2000

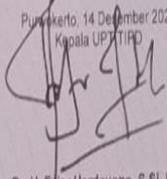
Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office*® yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	83 / A-
Microsoft Excel	94 / A
Microsoft Power Point	75 / B

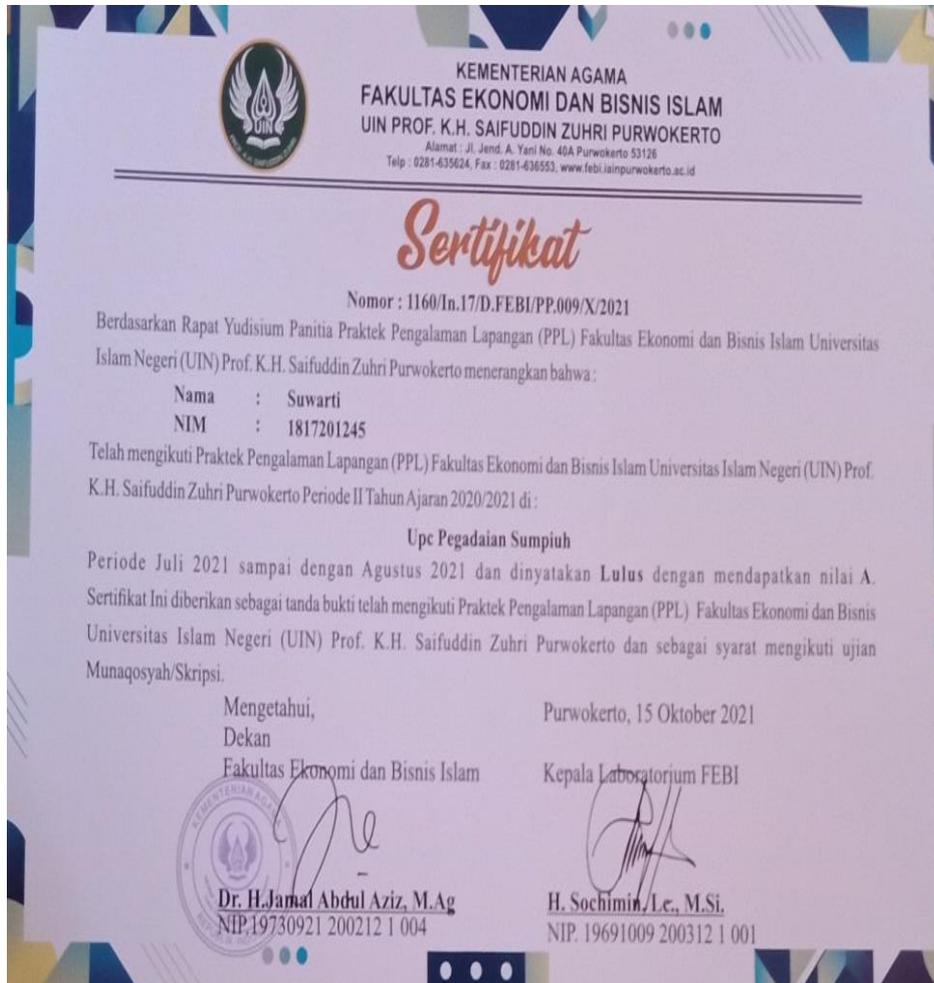


Purwokerto, 14 Desember 2021
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardiyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 18. Sertifikat PPL



Lampiran 19. Sertifikat PBM



Lampiran 20. Serifikat BTA/PPI


IAIN PURWOKERTO
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH
Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iainpurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT
Nomor: In.17/UPT.MAJ/9218/05/2021

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : SUWARTI
NIM : 1817201245

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut.

# Tes Tulis	:	78
# Tartil	:	77
# Imla'	:	75
# Praktek	:	77
# Nilai Tahfidz	:	76



Purwokerto, 05 Jan 2021


ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 21. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2933/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Suwarti
NIM : 1817201245
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Sarpini, M.E.Sy
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi kasus UPC PT Pegadaian Sumpiuh)

Pada tanggal 22/11/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 23 November 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 22. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Suwarti
NIM : 1817201245
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Kamis, 16 Juni 2022
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	14,8
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	22,2
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	37
TOTAL NILAI		0 - 100	74 / B

Penguji I,



Dr. H. Jamal Abdul Aziz. M.Ag

Purwokerto, 16/06/2022

Penguji II,



Anggita Isty Intansari, S.H.I., M.E.I

Lampiran 23. Surat Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 09 November 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Suwarti
2. NIM : 1817201245
3. Semester : VII (Tujuh)
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Tahun Akademik : 2021/2022

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas (Studi Kasus PT Pegadaian Sumpiuh).

Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Ibu Sarpini, SE. M.Sy.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Sarpini, SE. M.Sy.
NIP. 19830404 201801 1 007

Hormat Saya,

Suwarti
NIM. 1817201245

Menyetujui
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



D. M. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 007

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

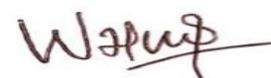
A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Suwarti
2. NIM : 1817201245
3. Tempat Tanggal Lahir : Banyumas, 30 September 2000
4. Alamat Rumah : Kuntili Rt 02 Rw 03 Kec. Sumpiuh
Kab. Banyumas
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Suratman
Nama Ibu : Tugini

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. TK/PAUD : TK Miftahul Jannah Kuntili
 - b. SD/MI, tahun lulus : MI Miftahul Jannah Kuntili / 2012
 - c. SMP/MTS, tahun lulus : SMP Negeri 2 Sumpiuh / 2015
 - d. SMA/MA, tahun lulus : MA Negeri 3 Banyumas / 2018
 - e. S.1 tahun masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto / 2018
2. Pendidikan Non-Formal
Pondok Pesantren Al-Qur'an Al-Amin Purwanegara
3. Pengalaman Organisasi
CEO (*Comunity Enterpreuner Organisation*) Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam

Purwokerto, 09 Juni 2022



Suwarti