

**PENGARUH NILAI TAKSIRAN, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KCP BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

Ita Purnamasari
NIM : E20161047

Dosen Pembimbing

AGUNG PARMONO, SE, M.Si.
NIP: 19751216 2009121002

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2020**

**PENGARUH NILAI TAKSIRAN, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KCP BALUNG JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

ITA PURNAMASARI
NIM . E20161047

Disetujui Pembimbing



AGUNG PARMONO, SE, M.Si.
NIP: 19751216 200912 1 002

**PENGARUH NILAI TAKSIRAN, PROMOSI DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH
MENGUNAKAN PRODUK GADAI EMAS
DI PT. BANK SYARIAH MANDIRI
KCP BALUNG JEMBER**

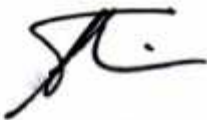
SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 16 Juli 2020

Tim Penguji:

Ketua



Toton Fanshurna, S. Th.I., M.E.I.
NIP. 1981 1224 201101 1 008

Sekretaris



Nur Hidayat, S.E., M.M
NUP. 201603132

Anggota :

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I
2. Agung Parmono, SE, M.Si



Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Khomdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

❦ وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَىٰ سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً ۖ فَإِنْ أَصَابَكُمْ بَعْضُهَا
فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُوتِيَ مِنْ أَمْنَتِهِ وَلِيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ۗ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ ۗ وَمَنْ يَكْتُمْهَا
فَأِنَّهُ رَاۤءِئِيسُ قَلْبٍ مُّجْرِمٍ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿٢٨٣﴾

Artinya : jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang).”(QS. Al-Baqarah : 283)¹

IAIN JEMBER

¹Al-Qur'an, 2:283.

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak dan Ibu tercinta (Fauzi dan Poniati), yang merupakan inspirasi utama dan beliau henti mendoakan, membimbing, memberikan semangat, mendidik dan memotivasi agar anaknya menjadi orang-orang yang berguna dan sukses bagi dunia dan akhirat.
2. Adik-Adik tersayang Devita Sri Rizky dan Indahwati, terima kasih untuk semangat dan doa dari kalian semoga ini awal dari saya membanggakan kalian dan Angga Wibowo Apriyian yang selalu memberikan dukungan dan selalu senantiasa menemani dan mendoakan penulis agar selalu semangat.
3. Sahabat-sahabat tercinta Shasa, erika dan putri yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
4. Teman-teman perbankan syariah dua (2) 2016 yang berjuang bersama dari semester awal hingga tugas akhir kuliah
5. Almamater khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tercinta, semoga karya ini menjadi bukti cinta dan bukan menjadi lambang perpisahan
6. Dan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang mendukung serta memotivasi penulis dalam mengerjakan karya tulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang semua itu tentunya semata-mata hidayah-Nya.

Sholawat dan salam tetap terlimpahkan kepada Nabi kita Muhammas SAW yang telah membawa kita pada kehidupan yang penuh cakrawala pengetahuan seperti saat ini.

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas izin-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT.Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung”** dengan lancar sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) di IAIN Jember.

Tanpa motivasi, bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, tentunya penulis skripsi ini tidak bisa berjalan dengan baik dan benar. Seiring dengan itu, penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.

3. Bapak Dr. Abdul Rokhim, S.Ag., M.E.I selaku Wakil Dekan Bidang Akademik IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
4. Ibu Hj. Nurul Setianingrum, SE,M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah IAIN Jember yang telah memberikan segala fasilitas yang membantu kelancaran atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Agung Parmono,SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi sekaligus Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran skripsi ini
6. Kepala Perpustakaan IAIN Jember dan segenap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literatur dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
7. Bapak Maula Fathur rozak selaku Pawning Gadai PT. Bank Syariah Mandiri, KCP Jember Balung segenap karyawan yang telah memberikan izin sekaligus membantu kelancaran penelitian yang dilaksanakan oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhirnya, semoga amal baik yang telah Bapak/Ibu berikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah.

Jember, 23 Mei 2020
Penulis

Ita Purnamasari

ABSTRAK

Ita Purnamasari, Agung Parmono, SE.,M.Si 2020: *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas Di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung*

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung merupakan salah satu Bank Syariah yang sukses produk gadai emasnya. Ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember balung yaitu Nilai Taksiran, Kualitas pelayanan dan Promosi.

Rumusan masalah yang diteliti dalam skripsi ini yaitu : (1) Apakah ada pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ? (2) Apakah ada pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung?

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Mengetahui pengaruh antara Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara parsial. (2) Mengetahui pengaruh antara Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian field *Research*. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuisioner dan hasil wawancara langsung dari sumber terkait. Populasi penelitian ini yaitu seluruh jumlah nasabah gadai sebanyak 280 nasabah. Sedangkan pengambilan sample dengan teknik *purposive sampling* yang ditetapkan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu hanya nasabah gadai emas. Penelitian ini menggunakan 74 sample dan menggunakan alat analisis uji validasi dan reabilitas, Uji Asumsi Klasik dan analisis regresi linier berganda, Uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program SPSS Statistics versi 17.0

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variable nilai taksiran dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Variable nilai taksiran nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan t hitung sebesar $5,764 > 1,669$ t tabel. Variable promosi menunjukkan nilai t hitung sebesar $4,326 > 1,669$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$. Berbeda dengan variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial memiliki nilai t hitung sebesar $-1,519 < 1,669$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,133 > 0,05$. Sedangkan secara simultan variable nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,764 > F$ tabel 2,74.

Kata Kunci: Nilai Taksiran, Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah.

ABSTRACT

Ita Purnamasari, Agung Parmono, SE., M.Si 2020:*The Effect of Estimated Value, Promotion and Service Quality on Customer Decisions to Use Gold Pawn Products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.*

PT. Bank Syariah Mandiri Jember Balung is one of the successful Sharia Banks with gold pawning products. There are several factors that are thought to influence the customer's decision to use gold pawning products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember balung namely Estimated Value, Service Quality and Promotion.

The formulation of the problems examined in this thesis are: (1) Is there an influence of the Estimated Value, Promotion, and Service Quality partially on the Customer Decision to use Gold Pawn Products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung? (2) Are there simultaneous effects of Estimated Value, Promotion, and Service Quality on Customer Decisions in using Gold Pawn Products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung?

The purpose of this study is (1) knowing the influence of Estimated Value, Promotion, and Service Quality on Customer Decisions to use Gold Pawn Products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung partially. (2) knowing the influence of Estimated Value, Promotion, and Quality on the Customer Decision to use Gold Pawn Products at PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung simultaneously.

This study uses a quantitative approach to the type of field research. Primary data obtained through data collection in the form of questionnaires and the results of direct interviews related sources. The population of this research is the total number of pawning customers as many as 280 customers. Whereas sampling with the purposive sampling technique was determined based on the specified characteristics that were adjusted to the research objectives, namely only Gold pawn customers. This study uses 74 samples and uses a validation and reliability test analysis tool, Classic Assumption Test and multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination (R^2) test with the help of SPSS Statistics version 17.0

The results of this study can be concluded that partially the estimated value and promotion variables have a positive effect on the decision of the customer. Variable estimated value of significance value is $0,000 < 0,05$ and t arithmetic is $5,764 > 1,669$ t tables. The promotion variable shows the t value of $4,326 > 1,669$ and the significance value of $0,000 < 0,05$. Unlike the variable service quality, the partially non-structured service has a t value of $-1,519 < 1,669$ and the significance value of $0,133 > 0,05$. While simultaneously the estimated value, promotion and service quality variables have a positive effect on customer decisions and the significance value of $0,000 < 0,05$ and the calculated F value of $12,764 > F$ table $2,74$.

Keywords: Value of Estimates, Promotions, Service Quality, Customer Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Ruang Lingkup Penelitian	9
F. Definisi Operasional.....	12
G. Asumsi Penelitian.....	13
H. Hipotesis.....	14
I. Metode Penelitian.....	15
1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	15
2. Lokasi Penelitian	15
3. Populasi Dan Sample.....	16
4. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data	18
5. Analisis Data	19
J. Sistematika Pembahasan	28
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	30
A. Penelitian Terdahulu	30
B. Kajian Teori.....	41

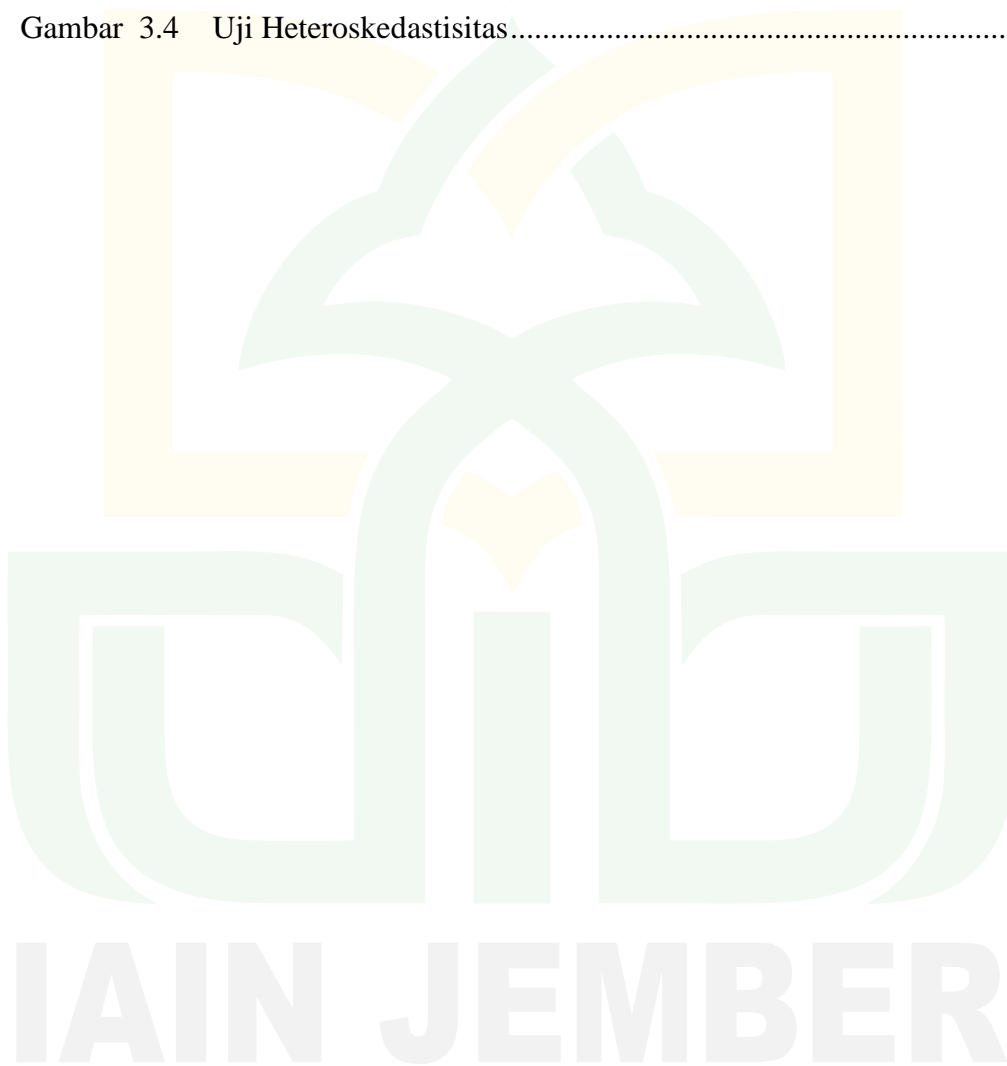
1. Pengertian Bank Syariah	41
2. Gadai Emas Syariah	43
3. Nilai Taskiran	48
4. Promosi.....	50
5. Kualitas Pelayanan	55
6. Keputusan Nasabah	58
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	61
A. Gambaran Objek Penelitian	61
B. Penyajian Data.....	80
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	86
D. Pembahasan.....	100
BAB IV PENUTUP	108
A. Kesimpulan.....	108
B. Saran.....	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
1. Pernyataan Keaslian Tulisan	
2. Matrix Penelitian	
3. Jurnal Penelitian	
4. Surat Permohonan Izin Penelitian	
5. Surat Selesai Penelitian	
6. Lembar Kuisisioner	
7. Lembar karakteristik Koresponden	
8. Data Olah Mentah hasil jawaban Responden	
9. Hasil Ouput Spss	
10. Tabel T	
11. Tabel R	
12. Tabel F	
13. Dokumentasi	
14. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Hal
Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Nasabah	3
Tabel 1.2	Skala likert	19
Tabel 2.1	Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1	Pemberian Data Skor (<i>Skala Linkert</i>)	80
Tabel 3.2	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Jenis Kelamin	81
Tabel 3.3	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Usia Responden	81
Tabel 3.4	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir	82
Tabel 3.5	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pekerjaan Responden	82
Tabel 3.6	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pendapatan	83
Tabel 3.7	Hasil Pengelempokan Responden Menurut Rata-Rata	84
Tabel 3.8	Hasil Pengelempokan Responden Lama Menjadi Nasabah.....	84
Tabel 3.9	Hasil Pengelempokan Responden Penggunaa Pembiayaan.....	85
Tabel 3.10	Hasil Pengelempokan Persepsi Responden	86
Tabel 3.11	Hasil uji validasi Variable Nilai Taksiran (X1)	87
Tabel 3.12	Hasil uji validasi Variable Promosi (X2).....	87
Tabel 3.13	Hasil uji validasi Variable Kualitas Pelayanan (X3).....	87
Tabel 3.14	Hasil uji validasi Variable Keputusan Nasabah (Y)	88
Tabel 3.15	Hasil Uji Reabilititas	88
Tabel 3.16	Uji Multikolinieritas.....	92
Tabel 3.17	Regresi Linier Berganda	93
Tabel 3.18	Koefisien Determinasi (R ²)	95
Tabel 3.19	Analisi Uji t.....	96
Tabel 3.20	Uji F (Simultan)	98

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Hal
Gambar 1.1	Kerangka konseptual.....	13
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	66
Gambar 3.2	Uji Normalitas (Histogram)	89
Gambar 3.3	Uji Normalitas (Grafik).....	90
Gambar 3.4	Uji Heteroskedastisitas.....	91



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Daya tarik bisnis semakin hari semakin menarik dalam kehidupan modern saat ini dibandingkan dengan masa lalu yang tidak terlepas dari latar belakang sejarah pekerja bisnis di negara Indonesia yang di latar belakang oleh masa terjadinya pembaruan kebudayaan dengan berbagai bentuk budaya asing yang diwarisi memberi tempat pada fungsi dan profesi pengusaha.¹ Tetapi dunia bisnis saat ini, merupakan dunia yang banyak dibicarakan diberbagai forum dibidang keilmuan tingkat nasional maupun internasional. Dunia bisnis Indonesia kini berkembang pesat seiring dengan berkembang ekonomi syariah.

Perkembangan ekonomi syariah ditandai dengan berdirinya lembaga-lembaga keuangan syariah seperti perbankan syariah hal ini disebabkan oleh faktor adanya gagasan maupun keyakinan masyarakat muslim bahwa perbankan syariah merupakan bank yang berlandaskan prinsip syariah Islam berkaitan erat dengan terbentuknya ekonomi Islam yang bersumber dari Al-Quran dan hadits. Dari asumsi ini membuat masyarakat menanamkan modal pada perbankan syaria'ah yang aman dari perbuatan riba.

Perbankan syariah didasarkan kepada konsep islam, yaitu kerjasama dalam skema bagi hasil, baik untung maupun rugi. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai

¹Buchari Alma, *pengantar Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2015). 13

upaya kaum muslim untuk mendasari segenap aspek kehidupannya yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah.²

Dalam rangka mendongkrak dunia bisnis, bank syariah melayani masyarakat, terutama masyarakat muslim, bank syariah menyediakan berbagai produk perbankan. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat islami, termasuk produk *rahn* atau yang biasa dikenal dengan gadai emas merupakan salah satu produk unggulan dari Perbankan Syariah saat ini. Dengan membawa emas ke bank syariah, seseorang bisa memperoleh *cash money* dalam waktu singkat untuk memenuhi kebutuhannya. *Rahn* yang dioperasionalkan oleh Bank Syariah menggunakan akad *Al-qard dan Al-ijarah*, yaitu dengan menyewa *safe deposit box* (SDB) sebagai tempat penyimpanan emas, nasabah akan dibebankan biaya administrasi dan juga biaya penggunaan SDB,³ sehingga konsep inilah yang dimanfaatkan oleh Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung untuk memberikan biaya yang lebih ringan dibandingkan pesaingnya.

PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung merupakan salah satu Bank Syariah yang sukses produk gadai emasnya, hal ini dapat dilihat dari tingginya laba yang diperoleh oleh Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung. Gadai Emas Syariah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung beroperasi sejak 26 November 2018, Gadai Emas BSM Merupakan pembiayaan yang menggunakan akad *qardh* dengan jaminan berupa emas

²Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke praktik*, (Jakarta:Gema Insani,2001),18-19

³ H. Muklis dan Risti Wulandari, *Pengaruh Produk Jasa Gadai (Rahn) Dengan Akad Qard Dan Ijarah Terhadap Kepeminatan Masyarakat Untuk Berbank Di Bank Syariah Mandiri*, (jurnal Islamic ekonomi dan perbankan syariah). 1-2.

yang diikat dengan akad *rahn*, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas sebagai objek *rahn* yang diikat dengan akad *ijarah*.⁴ Perkembangan Produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung dapat dilihat dari jumlah Nasabah dari tahun 2018-2020 sebagai berikut :

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah Nasabah Gadai Emas Bank Syariah
Mandiri KCP Jember Balung

Tahun	Jumlah Nasabah
2018-2019	203
2020	280

Sumber :Data diolah peneliti

Pada bulan Februari 2020, perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung meningkat sebesar 48% dari tahun sebelumnya⁵. Dibandingkan dengan pegadaian konvensional penelitian Fadhila Uli Nuha, 2018 menyebutkan terjadi penurunan jumlah anggota selama 2 tahun terakhir yaitu 2016-2017.⁶

Maulana Fathur, *Group Head Pawning* Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung juga menjelaskan bahwa :

“Sampai saat ini minat masyarakat untuk gadai emas meningkat. Sedangkan untuk omset Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung pada bulan Februari 2020 dari 1,4 milyar mencapai 4,4 Milyar dari tahun 2018-2020 meningkat sebesar 189% dari target yang sudah ditentukan. Pertumbuhan ini tidak lepas faktor faktor-faktor tertentu seperti dari Nilai Taksiran yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri

⁴Annual Report BSM, 2018

⁵Maulana Fathur, wawancara, 17 Februari 2020

⁶Fadhila Uli Nuha (2018), *Analisi promosi, lokasi dan prosedur pencairan pinjaman terhadap keputusan memilih produk gadai (rahn) di unit pegadaian syariah pasar kliwon cabang Solo baru*, (Skripsi Iain Surakarta 2018),2.

KCP Jember Balung kepada nasabah, sedangkan untuk kualitas pelayanan sendiri sesuai standart perbankan seperti fasilitas AC, tempat duduk dan suasana yang nyaman, kalau untuk gadai kita punya layanan pick up service yang mana saya datang sendiri ke nasabah untuk melakukan penagihan sekaligus promosi, nasabah bisa menghubungi saya melalui via whatsapp atau telepon yang tertera pada brosur”⁷

Nasabah yang ingin menggadaikan perhiasan emas tentunya memilih usaha gadai yang mempunyai nilai taksiran yang tinggi. Guna memperoleh pinjaman yang tinggi pula. Menurut penelitian Rizka Ayunda Putri, 2019 menyebutkan bahwa penetapan nilai taksiran yang tinggi dan sesuai dengan kebutuhan nasabah akan mendorong seseorang menggunakan produk gadai emas syariah. Selain itu semakin tinggi nilai taksiran yang ditetapkan oleh bank syariah terhadap emas batangan/perhiasan yang digadaikan, maka semakin tinggi motivasi nasabah menggunakan produk gadai emas syariah.⁸ Sehingga beberapa lembaga keuangan seperti PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung yang berfokus pada usaha gadai memiliki ketetapan nilai taksiran emas tersendiri sebagai bentuk promosi mereka dalam menarik nasabah yang akan menggunakan jasa gadainya.

Selain faktor taksiran Emas terdapat faktor lain yaitu promosi sebagai media komunikasi yang memberi informasi kepada calon nasabah mengenai produk-produk perbankan syariah yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Promosi merupakan suatu hal yang penting dalam industri perbankan, kepentingan ini sangat terasa karena adanya ancaman globalisasi,

⁷ Maulana Fathur, wawancara, 1 April 2020

⁸ Rizka Ayunda Putri, *pengaruh nilai taksiran, ujah, lokasi, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah (studi kasus pada BSM KCP POS Yogyakarta)*, (skripsi S1 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019),6.

persaingan internasional yang eksplosif disamping persaingan internal dalam negeri itu sendiri.⁹ Tujuan promosi yaitu meningkatkan jumlah nasabah. Maju mundurnya dari suatu bisnis di lihat dari strategi promosi yang dilakukan perbankan yang berdampak pada meningkatnya minat nasabah, sehingga dapat meningkatkan jumlah nasabah dalam menggunakan produk jasa yang dikeluarkan oleh perusahaan. Intensitas promosi yang tinggi juga dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan terutama produk Gadai Emas Syariah. Semakin intens dan luas segmen promosi suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, maka semakin banyak masyarakat yang mengenali dan mengakui keberadaan produk tersebut

Dalam lembaga keuangan perbankan, masalah pelayanan merupakan faktor penting dalam pemasaran jasa, kualitas pelayanan menjadi suatu hal yang penting. Kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.¹⁰ Nasabah akan merasa merasa puas apabila kualitas pelayanan, kualitas produk pelayanan gadai emas dan nilai yang dirasakan nasabah sama atau lebih tinggi dari harapan. Sedangkan tujuan utama dari pelayanan terbaik yaitu menarik minat nasabah dan memberikan kepuasan kepada nasabah. Kualitas pelayanan yang baik harus didukung dengan fasilitas yang memadai dan tata krama atau etika yang baik pula.

⁹ Buchari Alma, *pengantar Bisnis*, (Bandung:Alfabeta,2015), 286.

¹⁰ Deery Anzar Susanti, *Analisi pengaruh harga, promosi, pelayanan dan kualitas produk online terhadap kepuasan konsumen online secara syariah*, vol 5, No.2, 2016)7.

Keputusan pembeli adalah suatu tindakan konsumen untuk memebentuk referensi diantara merk-merk dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai.¹¹ Ketika nilai taksiran, promosi dan kulaitas pelayanan secara bersama-sama memberikan dampak positif dalam pelaksanaannya di bank syariah maka keputusan nasabah dalam memilih menggunakan dan melakukan pembelian secara berulang terhdap produk gadai emas akan semakin besar dan akan mengalami peningkatan.

Alasan peneliti memilih objek di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung karena terdapat minat masyarakat Jember terhadap produk gadai Emas Syariah, terutama masyarakat yang berprofesi sebagai pedagang dan wirausaha khususya nasabah di yang berprofesi sebagai nelayan di wilayah Puger yang mana para nelayan menginvestasikan modal maupun laba mereka dalam bentuk emas sehingga ketika memerlukan modal maka emas tersebut akan digadaikan untuk memperoleh pinjaman. Selain itu penelitian yang membahas produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung masih terbatas, padahal Bank Syariah Mandiri memiliki prospek yang bagus pada produk gadainya, selain itu lokasi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung bersebelahan dengan Pegadaian Konvensional sehingga terciptanya daya saing pada Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung. Selain banyak manfaat yang ditawarkan ketika melakukan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung keunggulan dari gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung salah satunya

¹¹Philip Kotler dan kevin lane keller,*Manajemen Pemasaran*,(Jakarta: Erlangga,2008),188.

nilai taksiran sebesar 95% lebih tinggi dibandingkan pegadaian lainnya, serta ujarah yang diberikan juga rendah sekitar 1,1% s/d 1,8% dari pembiayaan yang diajukan. Oleh karena itu hal ini menjadi salah satu faktor keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Berdasarkan uraian diatas peneliti berkeinginan untuk meneliti beberapa variable yang diduga dapat mempegaruhi keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas Syariah. Peneliti mengambil keputusan judul **“Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas Syariah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Nilai Taksiran berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ?
2. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ?
3. Apakah Kualitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ?

4. Apakah Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara parsial.
2. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara parsial.
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara parsial.
4. Mengetahui pengaruh antara Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoris

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk memperluas wawasan serta dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan bagi mereka yang akan melakukan penelitian dalam bidang yang sama mengenai “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emasdi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung”

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan serta informasi mengenai pengetahuan tentang kelembagaan keuangan syariah pada umumnya.
- b. Bagi Perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah, khususnya produk jasa Gadai Emas.
- c. Bagi Akademis IAIN Jember, penelitian ini sebagai tambahan referensi bagi pihak IAIN Jember serta mahasiswa yang ingin mengembangkan wawasannya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variable Penelitian

Variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Variable dalam penelitian kuantitatif dibedakan menjadi dua,

yaitu variable bebas (independent variable) dan variable terikat (dependent variable). Variable bebas adalah suatu variable yang ada atau terjadi mendahului variable terikatnya. Variable terikat adalah variable yang diakibatkan atau yang dipengaruhi variable bebas.

a. Variabel Independen

Variabel independen disebut sebagai variable bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Variable dalam penelitian ini variable bebasnya yaitu:

- 1) Nilai Taksiran (X1)
- 2) Promosi (X2)
- 3) Kualitas Pelayanan (X3)

b. Variable Dependen

Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas.¹² Variable terikat dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Keputusan Nasabah (Y)

2. Indikator Variabel Penelitian

Setelah variabel penelitian terpenuhi, kemudian dilanjutkan dengan mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang akan diteliti. Adapun indikator variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*, (Bandung:Alfabeta,2016), 38-39.

a. Nilai Taksiran (X_1)

- 1) Taksiran Emas yang dilakukan oleh Gerai Gadai Emas PT. Bank Syariah lebih tinggi dibandingkan yang lain
- 2) Nilai Taksiran tidak terlalu rendah atau sesuai dari standar harga pembelian emas yang berlaku saat ini
- 3) Jumlah dana yang diberikan sesuai ketentuan perusahaan
- 4) Kesesuaian dalam penaksiran berat emas atau perhiasan yang digadaikan oleh nasabah

b. Promosi (X_2)

- 1) *Advertising*
- 2) *Sales Promotion*
- 3) *Public Relation*
- 4) *Personal Selling*

c. Kualitas Pelayanan (X_3)

- 1) *Tangibels*
- 2) *Reliability*
- 3) *Responsiveness*
- 4) *Assurance*
- 5) *Empathy*

d. Keputusan Nasabah (Y)

- 1) Pengenalan Kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi Alternatif

4) Keputusan Pembeli

F. Definisi Operasional

Berdasarkan indikator empirisi variable penelitian kemudian dilanjutkan dengan menemukan definisi operasionalnya. Definisi operasional adalah yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variable penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variable sebagai berikut :

1. Nilai taksiran adalah nilai/harga perkiraan tertentu yang akan dijadikan jaminan yang didasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku pada masa tertentu.¹³
2. Promosi didefinisikan sebagai komunikasi yang memberi informasi kepada calon konsumen mengenai suatu produk, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dan mendorong mereka untuk membeli.¹⁴
3. Kualitas Pelayanan, Wyckof mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.¹⁵
4. Keputusan Nasabah menurut Basu Swasta dan Irawan keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif

¹³Ayu Seftiani, “Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah KCP Raden Intan)”, (Skripsi Program S1, UIN Raden Intan, Lampung, 2018), 20

¹⁴Buchari Alma, *pengantar Bisnis*, (Bandung:Alfabeta 2016), 301

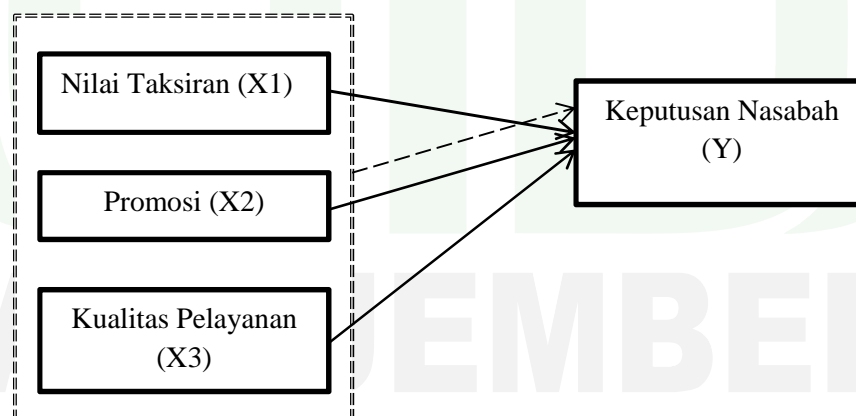
¹⁵Algifari, *Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan, Metode Importance Performance analysis (IPA) dan Model Kano*, (Yogyakarta:BPFE,2016).2

sehingga pengambilan keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah pembelian.¹⁶

G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian atau biasa disebut juga sebagai anggapan dasar yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Asumsi penelitian atau anggapan dasar ini harus dirumuskan dengan jelas sebelum melangkah pada pengumpulan data. Asumsi penelitian atau anggapan dasar disamping berfungsi sebagai dasar berpijak yang kukuh bagi masalah yang diteliti juga untuk mempertegas variable yang menjadi pusat perhatian penelitian dalam merumuskan hipotesis. Asumsi dari penelitian ini menyatakan bahwa yang mempengaruhi Keputusan Nasabah adalah Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan. Berikut kerangka konseptualnya :

Gambar 1.1
Kerangka konseptual



Sumber: Data Diolah

¹⁶Muhammad Fajar Fahrudin, *Pengaruh promosi, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian nasabah Bank Mandiri Surabaya*, (E-Jurnal Journal of Business and Banking, Vol. 5 Nomer 1) 2015.

Keterangan :

—————> : Pengaruh Variable X terhadap Variable Y secara Parsial

-----> : Pengaruh Variable X terhadap Variable Y secara Simultan

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.¹⁷ Adapun hipotesis dalam penelitian ini :

1. H₁ : Nilai Taksiran secara parsial berpengaruh terhadap keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung
2. H₂ : Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung
3. H₃ : Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif dan kualitatif*, 64.

4. H₄ : Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap terhadap keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut sebagai metode *positivik* karena ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹⁸

Dilihat dari jenisnya, Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field Research*) yaitu penelitian langsung dilakukan di lapangan atau pada responden.¹⁹

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung yang beralamat di Jl. Rambipuji No. 78, Kab. Jember, Kebonsari, Balung Lor, Balung, Jember, Jawa Timur 68152. Alasan peneliti memilih PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung karena Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung merupakan salah satu bank syariah yang dapat menjaga stabilitas dan popularitas kinerjanya dengan baik terutama pada gerai gadai Emas. Penelitian ini juga dilakukan sebagai wujud rasa

¹⁸ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, 7

¹⁹ *Ibid.*, 64.

ingin tahu peneliti terhadap produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

3. Populasi dan Sample

a. Populasi Penelitian

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan²⁰. Maka dari itu, dalam penelitian ini populasinya adalah nasabah yang melakukan gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung sejumlah 280 Nasabah.

b. Sample Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Adapun metode pengambilan sampling yaitu *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sample yang yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampling dengan jenis sampling menggunakan *Purposive Sampling* teknik penentuan sampling dengan pertimbangan tertentu.²¹

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu memilih karakteristik tertentu sebagai kunci untuk dijadikan sampel, sedangkan yang tidak masuk dalam karakteristik yang ditentukan akan diabaikan atau tidak dijadikan sampel. Adapun kriteria yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu :

²⁰Sugiono, *metode penelitin kuatitatif* ,215

²¹Sugiono, *metode penelitin kuatitati.*,84-85

- 1) Nasabah yang merupakan benar-benar Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.
- 2) Nasabah yang menggunakan Produk Gadai Emas.

Untuk mengetahui sampel yang dapat diambil maka peneliti menggunakan rumus *slovin* dalam menentukan jumlah koresponde²²:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = standar error (10%)

$$n = \frac{280}{1 + 280(0.1)^2}$$

$$n = \frac{280}{1 + 280(0.01)}$$

$$n = \frac{280}{1 + 2,8}$$

$$n = \frac{280}{3,8}$$

$$n = 73,68$$

$$n = 74$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 74 nasabah.

²²Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persad,2003).78

4. Teknik dan Instrumen pengumpulan data

Bagian terpenting dalam proses penelitian adalah yang berkenaan dengan data penelitian. Sebab inti dari sebuah penelitian adalah terkumpulnya data atau informasi, kemudian data itu diolah atau dianalisa dan akhirnya hasil analisis tersebut diterjemahkan atau diinterpretasikan sebagai kesimpulan penelitian.

Adapun instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah :

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data berupa jumlah nasabah, produk, dan data-data lainnya yang relevan dengan penelitian penulis dengan cara bertatap muka langsung dengan pengelola unit Gadai Emas PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Dalam pelaksanaannya penulis melakukan wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang bebas dimana peneliti tidak

menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.²³

b. Kuisisioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.²⁴ Skala yang digunakan menggunakan *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok kejadian atau gejala sosial. Berikut ini bobot penilaian skala likert²⁵

Tabel 1.2
Skala likert

Pernyataan	Skala Positif
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah

5. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti,

²³ Sugiono, *metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, 138-140

²⁴ Ibid., 142

²⁵ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 20.

melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²⁶

a. Uji Validasi dan Realibilitas

Uji validasi dan realibilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuisisioner untuk melihat pertanyaan dalam kuisisioner yang diisi oleh responden tersebut layanan atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data.

1) Uji Validasi

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butiran-butiran dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variable tertentu.

Uji validasi dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r_{hitung} kita bandingkan dengan r_{tabel} dimana $df=n-2$ dengan sig 5% (0,05). Dengan ketentuan jika :

- a) Hasil $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$
- b) Hasil $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten reponden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontrak-kontrak pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variable dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 147

Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan jika :

a) Hasil *Alpha Crombach* $> 0,60$ = Reliable.

b) Hasil *Alpha Crombach* $< 0,60$ = Tidak Realiable²⁷

b. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan bebas dari asumsi klasik statistika baik itu multikolinieritas, Normalitas, dan heterokedastitas.²⁸

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual data dari model regresi linear memiliki distribusi normal ataukah tidak. Jika residual data tidak terdistribusi normal maka dapat disimpulkan statistik tidak valid. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual data berdistribusi normal ataukah tidak yaitu dengan melihat grafik normal probability plot, yaitu jika titik-titik plot berada di sekitar garis diagonal dan tidak melebar dari garis diagonal, maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal.²⁹

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain.

²⁷ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 192.

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 181.

²⁹ Hengky Latan, *Analisis Multivariate : Teknik Dan Aplikasi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 56

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika :

- a) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik dan tidak berpola³⁰

3) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dengan menggunakan VIF diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variable independen yang memiliki kemiripan antar variable independen dalam satu model. Kemiripan antar variable independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variable independen terhadap variable dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.³¹

c. Regresi Linier Berganda

Regresi yang memiliki satu variable dependen dan lebih dari satu variable independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

³⁰Ibid.,186-187.

³¹V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian.*,185.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Nasabah

a = Konstanta

X₁ = Nilai Taksiran

X₂ = Promosi

X₃ = Kualitas Pelayanan

e = epsilon (variabel yang tidak diteliti)

Kenapa harus dilakukan uji asumsi klasik karena variable independennya lebih dari satu maka perlu diuji ke independent hasil uji regresi dari masing-masing variable independent terhadap variable dependennya.³²

d. Uji Hipotesis

1) Uji T (T-Test)

Uji t bertujuan untuk mengetahui berapa besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas (independen) secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Dengan pengujian hipotesis

a) Menentukan Hipotesis

1. H₀ : b₁ = 0 tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

³²V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, 149

$H_1 : b_1 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Nilai Taksiran (X_1), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

2. $H_0 : b_2 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Promosi (X_2) terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

$H_2 : b_2 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Promosi (X_3), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

3. $H_0 : b_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

$H_3 : b_3 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Kualitas Pelayanan (X_3), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

b) Nilai Kritis

Nilai Kritis didapat dari tabel distribusi t dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0,05$)

c) Nilai t hitung

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan : \bar{x} : rata-rata nilai dari pengumpulan data

μ_0 : nilai yang dihipotesiskan

s : standar deviasi

n : jumlah sampel penelitian

d) Keputusan

Kriteria uji t :

Signifikansi pengaruh tersebut dapat diambil keputusan dengan cara membandingkan antara tingkat signifikansinya :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

e) Kesimpulan

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya $< 0,05$ maka ada pengaruh secara parsial antara variable Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Nasabah (Y)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh secara parsial antara variable Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Nasabah (Y)³³

2) Uji F (F-test)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam

³³Ridwan dan Sunarto, *Pengantar*, 115

penelitian ini, Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variable independen (X) secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

a) Menentukan Hipotesis

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara Simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.
2. $H_4 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ terdapat pengaruh antara Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara Simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

b) Nilai Kritis

Nilai kritis didapat dari tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha=0,05$)

c) Nilai F Hitung

$$f = \frac{R^2 (N - K - 1)}{K (1 - R^2)}$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien Regresi

N : Banyaknya Sampel

K: Jumlah Variable Independent

d) Keputusan

Kriteria Uji F:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $< 0,05$, maka H_1 diterima H_0 ditolak.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya $> 0,05$, maka H_0 diterima H_1 ditolak.

e) Kesimpulan

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikasinya $< 0,05$ maka H_2 diterima dan ada pengaruh secara simultan antara variable Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Nasabah(Y)
2. Jadi jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikasinya $> 0,05$ maka H_2 ditolak dan tidak ada pengaruh secara simultan antara variable Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan nasabah (Y)³⁴

Pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dilakukan dengan menggunakan pengolahan data SPSS 17.0 (*Statistical Package for Social Science*)

e. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Nilai adjusted R^2 yang mendekati satu

³⁴Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro), 2001, 56-57

berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji koefisien Determinasi (R^2), analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Keputusan Nasabah). Besar koefisien Determinasi (R^2) didapat dari mengkuadratkan koefisien korelasi (r). Koefisien Determinasi dapat dilambangkan dengan (R^2).³⁵

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini merujuk pada Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulisan akan menguraikan secara singkat untuk memberikan gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

³⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis*,95

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan dan penguat dalam penelitian ini, dan kajian teori yang membahas teori-teori tentang Nilai Taksiran, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Nasabah.

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian yaitu berupa gambaran umum Nilai Taksiran, Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Nasabah. Analisis data hasil uji F (Simultan) dan hasil uji t (Parsial)

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, dan saran untuk penelitian selanjutnya dan Lembaga Perbankan yang terkait dengan permasalahan yang diteliti

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasi atau belum terpublikasi. Dengan melakukan langkah ini, maka dapat dilihat sejauh mana keaslian karya tulis, persamaan dan perbedaan yang hendak dilakukan.³⁶ Studi pustaka perlu dikaji terlebih dahulu untuk menguasai teori yang relevan dengan topik atau masalah penelitian yang dipaki. Sehubungan dengan penelitian ini, ada beberapa penelitian yang terlebih dahulu melakukan penelitian, diantaranya:

1. Nita Ainul Khasanah (2014), "*Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas Di PT. Bank Bri Syariah KCP Gateway-Waru*", hasil dari analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor promosi, harga taksiran barang, dan prosedur pencairan pinjaman memiliki pengaruh positif dan signifikan pada 5% terhadap Minat nasabah non muslim dalam pemilihan produk gadai emas di PT. Bank BRI Syariah setelah data itu identifikasi outlier. Dengan demikian, dari ketiga faktor tersebut, faktor prosedur pencairan pinjaman merupakan faktor yang paling utama/dominan dalam mempengaruhi minat

³⁶Tim Penusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 45

nasabah non muslim dalam pemilihan produk Gadai Emas di PT. Bank BRI Syariah KCP Gateway-Waru.³⁷

2. Supinah (2014), "*Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT.Bank Syariah Mandiri KCP Panam Menurut Perspektif Ekonomi Islam*". Hasil dari penelitian ini Adapun Tingkat kepuasan nasabah terhadap produk gadai emas, pada kategori sangat memuaskan sebanyak 10 orang atau 22.2%, pada kategori,memuaskan sebanyak 27 orang atau 60%, dan pada kategori kurang memuaskan sebanyak 8 orang atau 17.8%. Hasil tersebut dapat diartikan pelayanan pada produk gadai emas secara keseluruhan adalah memuaskan. Selanjutnya Tingkat kepuasan nasabah terhadap produk gadai emas pada PT. Bank syariah Mandiri KCP Panam telah sesuai dengan ekonomi islam, dilihat dari segi kepuasan nasabah yang datang dari sikap yang terkendali pada ruang kebutuhan bukan dari peluang gejolak nafsunya.³⁸
3. Mohammad Samsul Arifin (2015), "*Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-biaya dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Emas Tunai Hebat (ETH) di solusi tunai cabang Krian Siodoarjo*". Hasil penelitian pengujian koefisien regresi secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung 6,202 dengan signifikansi 0,001, karena signifikansi (0,001) lebih kecil dari (0,05) maka dapat dikatakan bahwanilai taksiran, biaya-biaya,

³⁷ Nita Ainul Khasanah, *pengaruh promosi, harga taksiran barang, dan Prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah Non muslim dalam pemilihan produk gadai emas Di PT. Bank bri syariah KCP gateway-waruu*, (skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2014).

³⁸ Supinah, *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panam Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, (Skripsi S1, universitas islam negeri sultan syarif kasim pekanbaru: riau,2014)

dan pelayanan secara serentak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.³⁹

4. Anita (2016), “*Pengaruh Jumlah Taksiran dan uang pinjaman terhadap laba bersih pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tamalate di kota Makassar*”. Hasil penelitian Jumlah taksiran memiliki koefisien regresi bertanda positif sebesar 0,559 hal tersebut berarti setiap penambahan jumlah taksiran sebesar 1% maka akan menaikkan laba bersih sebesar 0,559%, sedangkan uang pinjaman memiliki koefisien regresi bertanda negatif sebesar -0,102 hal tersebut berarti setiap penambahan uang pinjaman sebesar 1% maka akan menurunkan laba bersih sebesar -0,102%.

40

5. Arifah Afriana (2016), “*Pengaruh Nilai Taksiran Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Abdullah BG. Sirua Makasar*”. Hasil penelitian yang diperoleh adalah faktor nilai taksiran dan biaya *ijarah* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun secara parsial cuman nilai taksiran yang berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam melakukan gadai emas di Pegadaian Syariah Cabang

³⁹ Mohammad Samsul Arifin, *pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk emas tunai hebat (eth) di Solusi tunai cabang krian sidoarjo*, (Skripsi S1 UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

⁴⁰ Anita, *pengaruh jumlah taksiran dan uang pinjaman terhadap laba bersih pada pt. Pegadaian (persero) cabang tamalate di kota makassar*, (Skripsi S1 Universitas negeri Makassar, 2015)

Abdullah Dg Sirua Makassar, sedangkan biaya ijarah berpengaruh negatif.⁴¹

6. Qurrotul Aini (2017), Kontribusi praktik Gadai Emas dalam meningkatkan *Fee Based Income* Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Area Jember. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Produk gadai emas merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Akad yang digunakan dalam produk gadai emas di Bank Syariah Mandiri yakni *akad rahn, qard, dan ijarah*. Adapun prosedur pelaksanaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember adalah sebagai berikut : Nasabah datang ke kantor layanan gadai Bank Syariah mandiri Kantor Area Jember membawa emas dan fotokopi KTP, membuka rekening tabungan Bank Syariah Mandiri (bagi yang belum), proses by sistem, penaksiran barang gadai (emas) dan perhitungan oleh penaksir, tandatangan akad, dan pencairan di teller. Gadai emas yang sudah jatuh tempo dapat dilunasi di teller Bank Syariah Mandiri Kantor Area Jember dengan membawa surat bukti Gadai Emas (SBGE). Apabila nasabah melunasi sebelum jatuh tempo, maka nasabah harus ke konter gadai untuk menghitung biaya pemeliharaan terlebih dahulu dan itu tidak boleh diwakilkan kecuali ada surat kuasa dari pemegang surat. 2) kontribusi gadai emas terhadap *fee based income* Bank Syariah

⁴¹ Arifah Afriana, *pengaruh nilai taksiran dan biaya ijarah terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di pengadaian syariah cabang abdullah dg.sirua makassar*, (Skripsi S1 UIN Alaudin Makasar, 2016).

Mandiri Kantor Area Jember yaitu pendapatan sewa. Jadi pendapatan/ujroh dari setiap transaksi.⁴²

7. Siti Maimunah (2017), “*Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas pelayanan terhadap pengembalian pembiayaan barang gadai Emas di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyah Square Semarang*”. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor nilai taksiran, promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembalian pembiayaan barang gadai emas syariah.⁴³
8. Muhammad Anwar (2018), “*Pengaruh Nilai Taksiran Agunan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Ba’i Bitsaman Ajil Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung*”. Dari hasil analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa nilai taksiran agunan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *ba’i bitsaman ajil* di BMT Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung. Kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan *ba’i bitsaman ajil* di BMT Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung berpengaruh negatif signifikan. Nilai taksiran agunan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

⁴²Qurrotul Aini, *Kontribusi praktik gadai emas dalam peningkatan fee based income bank syariah mandiri (bsm) kantor area jember*, (Skripsi S1 IAIN Jember, 2017.)

⁴³ Siti Maimunah, *pengaruh nilai taksiran, promosi dan pelayanan pegadaian terhadap pengembalian pembiayaan barang gadai emas di unit cabang pegadaian syariah ngaliyah square semarang*, (Skripsi (S-1), UIN Walisongo Semarang, 2017)

keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan *ba'i bitsaman ajil* di BMT Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung.⁴⁴

9. Fadhila Uli Nuha (2018), "*Analisi Promosi, Lokasi Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai (Rahn) Di Unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Solo Baru*", subjek dalam penelitian ini adalah pegadaian, sedangkan teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji hipotesis serta analisis linear berganda, hasil dari penelitian ini adalah Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi, lokasi, prosedur pencarian pinjaman terhadap keputusan memilih produk gadai (*rahn*) di Pegadaian Syariah Unit Pasar Kliwon Cabang Solo Baru. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara prosedur pencairan pinjaman.⁴⁵

10. Rizka Ayunda Putri (2019), "*Pengaruh Nilai Takasiran, Ujrah, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)*", hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Taksiran, ujarah, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta. Sedangkan lokasi tidak

⁴⁴ Muhammad Anwar, *Pengaruh Nilai Taksiran Agunan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018)

⁴⁵ Fadhila Uli Nuha (2018), *Analisi promosi, lokasi dan prosedur pencairan pinjaman terhadap keputusan memilih produk gadai (rahn) di unit pegadaian syariah pasar kliwon cabang Solo baru*, (Skripsi Iain Surakarta 2018).

berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah di Bank Syariah Mandiri KCP post Yogyakarta.⁴⁶

Tabel 2.1
Table Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Nita Ainul Khasanah (2014)	<i>Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas Di PT. Bank Bri Syariah KCP Gateway-Waru</i>	Persamaan dari penelitian ini yaitu pada variable (X) Promosi, sedangkan jenis penelitian menggunakan metode kuantitatif serta mengkaji mengenai gadai emas di perbankan syariah, hasil dari penelitian variable promosi sama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan α 5%.	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada variable (X) Taksiran Barang dan prosedur pencairan pinjaman dan variable (Y) terhadap Minat Nasabah Non Muslim, hasil yang diperoleh dalam penelitian Nita Ainul Khansa bahwa Semua variable memiliki pengaruh positif, sedangkan penelitian penulis variable kualitas pelayanan tidak berpengaruh.
2	Supinah (2014)	<i>Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panam Menurut Perspektif Ekonomi Islam</i>	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang produk Gadai Emas, objek penelitian pada PT. Bank Syariah Mandiri.	Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya terdapat pada jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dan memfokuskan pada teori perspektif ekonomi islam, hasil yang diperoleh Supinah bahwa tingkat kepuasan terhadap produk gadai sangat memuaskan,

⁴⁶ Rizka Ayunda Putri, *Pengaruh Nilai Takasiran, Ujrah, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)*, (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019)

				sedangkan penelitian penulis menggunakan kuantitatif.
3	Mohammad Samsul Arifin (2015)	<i>Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Emas Tunai Hebat (ETH) Di Solusi Tunai Cabang Krian Sidoarjo.</i>	Persamaan dari penelitian sebelum terdapat pada variable (X) yaitu Nilai Taksiran, dan juga memfokuskan kepada keputusan nasabah menggunakan produk Gadai Emas, hasil yang diperoleh Mohammad Samsul Arifin bahwa Nilai Taksiran berpengaruh secara parsial dengan signifikan (0,030), sedangkan penelitian penulis juga memberikan pengaruh secara parsial dengan signifikan (0,000)	Penelitian Mohammad Samsul Arifin memiliki sample sebanyak 68 Responden dengan penentuan sampling menggunakan snowball sampling, Uji T yang digunakan memiliki hasil signifikan (0,05) terhadap semua variable yang digunakan, sedangkan penulis penelitian yang digunakan menggunakan 74 sample responden, penentuan sample menggunakan <i>purposive sampling</i> , hasil yang diperoleh variable Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial.
4	Anita (2016)	<i>Pengaruh Jumlah Taksiran Dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada PT. Pengadaian (Persero) Cabang Tamalate Di Kota Makassar</i>	Persamaan dengan peneliti Anita terdapat pada variable terikat (X) yaitu Taksiran, persamaan lainya hasil yang diperoleh dalam bahwa Uji T Nilai Taksiran berpengaruh positif, sedangkan Uji F simultan juga berpengaruh secara positif	Perbedaan dari penelitian sebelumnya terdapat pada variable (X) pinjaman dan variable (Y) laba bersih. Penelitian sebelumnya menfokuskan pada perolehan laba bersih serta sample yang digunakan yaitu laporan keuangan dan populasi yang berbeda, sedangkan penulis menggunakan variable nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sample yang digunakan yaitu dari responden.

5	Arifah Afriana (2016)	<i>Pengaruh Nilai Taksiran Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Abdullah BG. Sirua Makasar</i>	Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan kuantitatif. Persamaan lainnya yaitu terdapat pada variable yang digunakan yaitu Nilai taksiran, hasil uji T variable nilai taskiran sama-sama berpengaruh, persamaan variable lainnya yaitu Keputusan nasabah, sedangkan uji F simultan secara bersama-sama memiliki pengaruh	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada variable yang digunakan sehingga analisis yang digunakan juga berbeda, dilihat dari lokasi penelitian sebelumnya yaitu dipegadaian sedangkan penelitian selanjutnya di lembaga perbankan yang jumlah respondennya tidak sama dengan pegadaian syariah
6	Qurrotul Aini (2017)	<i>Kontribusi praktik Gadai Emas dalam peningkatkan Fee Based Income Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Area Jember.</i>	Persamaan dari penelitian ini sama-sama meneliti tentang gadai emas pada Bank Syariah Mandiri.	Perbedaan dari penelitian ini terdapat pada Jenis penelitian yang digunakan, penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif, sedangkan penulis menggunakan Kuantitatif, penulis sebelumnya menganalisis kontribusi praktik gadai emas sedangkan peneliti selanjutnya mengenai Nilai Taksiran, promosi dan kualitas pelayanan
7	Siti Maimunah (2017)	<i>Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyah Square Semarang</i>	Dalam penelitian Ini memiliki persamaan pada variable (X) yang digunakan yaitu Nilai Taksiran, Promosi dan Pelayanan, uji T parsial menunjukkan nilai taksiran dan promosi sama-sama berpengaruh positif. Persmaan lainnya yaitu metode yang digunakan sama-sma menggunakan metode kuantitatif	Perbedaan penelitian Siti Maumah terdapat pada varaible yang digunakan yaitu (Y) Pengembalian pembiayaan barang sedangkn penulis menggunakan Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk gadai emas. Perbedaan lainnya yaitu teknik penentuan sample menggunakan <i>Random Sampling</i> sedangkn

				penulis menggunakan <i>purposive sampling</i> , perbedaan lainnya hasil uji T yang diperoleh bahwa semua variable X memiliki pengaruh secara signifikan, sedangkan penelitian penulis variable Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara parsial.
8	Muhammad Anwar (2018)	<i>Pengaruh Nilai Taksiran Agunan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung</i>	Persamaan dari sebelumnya terdapat pada variable (X) yaitu kualitas pelayanan, metode penelitian juga menggunakan kuantitatif, selain itu metode pengumpulan data menggunakan kuisioner (angeket), hasil yang diperoleh dalam pengujian Uji T parsial nilai taksiran berpengaruh positif, sedangkan kualitas pelayanan sama-sama memperoleh hasil negatif.	Perbedaan dari penelitian sebelumnya terdapat variable X dan Y yaitu Nilai Taksiran walaupun sama tetapi pada penelitian sebelumnya mengkaji mengenai taksiran agunan, kemudian dari segi produk yang digunakan yaitu pada produk pembiayaan <i>ba'i bitsaman ajil di baitul maal wa tamwil</i> , sedangkan penulis ini pada produk gadai Emas, dilihat dari objek yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu di BMT sedangkan untuk penelitian pada Lembaga Keuangan yaitu perbankan
9	Fadhila Uli Nuha (2018)	<i>Analisis Promosi, Lokasi Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai (Rahn) Di Unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Solo Baru</i>	Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada variable promosi serta mengkaji tentang gadai emas, sama-sama fokus pada keputusan nasabah memilih produk, persamaan lainnya terdapat pada hasil uji t yang diperoleh variable	Perbedaan dalam penelitian terdapat pada variable lokasi, prosedur dan pinjaman, sedangkan objek yang diteliti yaitu dipegadaian. Sedangkan penelitian penulis menggunakan nilai taksiran dan kualitas

			Promosi berpengaruh secara positif. Sedangkan uji simultan sma-sma memiliki berpangaruh terhadap variable X	pelayanan, selain itu objek penulis yaitu di bank, perbedaan lainnya terdapat pada hasil Uji T yaitu semua variable independent berpengaruh secara signifikan sedangkan penelitian penulis kualiatas pelayanan tidak memiliki pengaruh secara parsial.
10	Rizka Ayunda Putri (2019)	<i>Pengaruh Nilai Takasiran, Ujrah, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)</i>	Persamaan pada peneliti sebelumnya terdapat pada variable (X) yaitu Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan, sedangkan untuk objek penelitian pada lembaga Keuangan Perbankan yaitu pada Bank Syariah Mandiri, selain itu sama-sama menggunakan jenis penelitin kuantitatif ,persamaan lainnya pada hasil Uji T nilai taksiran, promosi sama-sama berpengaruh secara parsial dan signifikan.	Perbedaan dari peneliti sebelumnya terdapat pada variable (X) Ujrah sedangkan penulis tidak mengkaji tentang Ujrah, selain itu Uji T simultan variable lokasi pada penelitian sebelumnya tidak memiliki pengaruh terhadap variable dependennya, sedangkan kualitas pelayanan pada penelitian penulis tidak berpengaruh terhadap variable dependennya. Dari sample yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu 56 sedangkan penelitian penulis sebanyak 74 lebih banyak dibandingkan penelitian sebelumnya. Perbedaan lainnya yaitu pada softwere yang digunakan yaitu mengguakan IBM SPSS 19.0, sedanagkan penulis menggunakan SPSS 17.0

Sumber: Data diolah

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pijakan dalam penelitian. Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.⁴⁷

1. Bank Syari'ah

Sejarah singkat mengenai awal kelahiran Bank Syari'ah dialandasi dengan kehadiran dua pergerakan *renaissance* Islam modern : *neorevivalis* dan modern. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah.

Upaya awal penerapan sistem *profit* dan *loss sharing* tercatat di Pakistan dan Malaysia sekitar tahun 1940-an, yaitu adanya upaya mengelola dana jamaah haji secara non konvensional. Rintisan institusional lainnya adalah *Islamic Ruulal Bank di desa Mit Ghamr* pada tahun 1963 di Kairo, Mesir

Setelah dua rintisan awal yang cukup sederhana itu, bank Islam tumbuh dengan sangat pesat. Sesuai dengan analisis Prof. Khursid Ahmad dan laporan *International Association of Islamic Bank*, hingga akhir 1999 tercatat lebih dari dua ratus lembaga keuangan Islam yang beroperasi di

⁴⁷ Tim Penyusun IAIN Jember, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 39

seluruh Dunia. Baik di negara-negara berpenduduk muslim maupun di Eropa, Australia, maupun Amerika.⁴⁸

Berkembangnya bank syariah di negara-negara Islam berpengaruh ke Indonesia. Pada awal periode 1980-an, diskusi mengenai bank syari'ah sebagai pilar ekonomi Islam mulai dilakukan. Para tokoh yang terlibat dalam kajian tersebut adalah Karnaen A. Perwataatmadja, M. Dawan Rahardjo dll. Beberapa uji coba pada skala yang relatif terbatas telah diwujudkan. Di antaranya adalah *Baitul Tamwil-Salman*, Bandung, yang sempat tumbuh mengesankan. Di Jakarta juga dibentuk lembaga serupa dalam bentuk koperasi, yakni koperasi Ridho Gusti.

Akan tetapi, prakarsa lebih khusus untuk mendirikan bank Islam di Indonesia baru dilakukan pada tahun 1990. Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tanggal 18-20 menyelenggarakan lokakarya Bungan Bank dan Perbankan di Ciruas, Bogor, Jawa Barat. Hasil lokakaryanya tersebut dibahas lebih mendalam pada musyawarah Nasional IV MUI yang berlangsung dihotel Sahid Jaya Jakarta, 22-25 Agustus 1990. Berdasarkan amanat Munas IV MUI, dibentuk kelompok kerja untuk mendirikan bank Islam di Indonesia.

Kelompok kerja yang disebut Tim Perbankan MUI, bertugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.⁴⁹ Sama halnya dengan bank konvensional. Bank Syariah juga menawarkan nasabah dengan produk perbankan. Hanya saja bedanya dengan Bank

⁴⁸ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke praktik*, 18-19

⁴⁹Ibid., 25.

Konvensional adalah dalam hal penentuan harga, baik terhadap harga jual maupun harga belinya. Produk-produk yang ditawarkan sudah tentu sangat Islami, termasuk dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya. Berikut ini jenis-jenis produk bank syariah : *Al wadiah (simpanan), Musyarakah, Al-Mudharabah, Al-Muza'arah, Al-Musaqah, Ba'i Mrabahah, Ba'i As-Salam, Ba'i Al-Istihna, Al-Ijarah, Wakalah, Kafalah, Hawalah dan Rahn.*

2. Gadai Emas Syari'ah

Gadai Syariah sering diidentikkan dengan *rahn* yang secara bahasa diartikan *al-tsubut wa al-dawam* (tetap dan kekal) sebagian ulama Luhgat memberi *arti al-hab* (tertahan). Sedangkan definisi *al-rahn* menurut istilah yaitu menjadikan suatu benda yang mempunyai nilai harta dalam pandangan syar'a untuk kepercayaan suatu hutang sehingga memungkinkan mengambil seluruh atau sebagian utang dari benda itu.

Istilah *rahn* menurut Imam Ibnu Mandur diartikan apa-apa yang diberikan sebagai jaminan atas suatu manfaat barang yang diagunkan. Dari kalangan Ulama Mazhab Maliki mendefinisikan *rahn* sebagai "*harta yang dijadikan pemiliknya sebagai jaminan hutang yang bersifat mengikat*", ulama Mazhab Hanafi mendefinisikannya dengan "*menjadikan suatu barang sebagai jaminan terhadap hak (piutang) yang mungkin dijadikan sebagai pembayar hak tersebut, baik seluruhnya maupun sebagiannya*". Ulama Syafii dan Hambali dalam mengartikan *rahn* dalam arti akad yakni menjadikan materi (barang) sebagai jaminan

utang, yang dapat dijadikan pembayar utang apabila orang yang berhutang tidak bisa membayar hutangnya.⁵⁰

Sifat *rahn* dikategorikan sebagai akad yang bersifat derma sebagai apa yang diberikan penggadaian (*rahin*) kepada penerimaa gadai (*murtahin*) tidak ditukar dengan sesuatu. Yang diberikan *murtahin* kepada *rahin* adalah hutang, bukan penukaran atas barang yang digadaikan.

Rahn juga termasuk akad yang bersifat *ainiyah*, yaitu dikatakan sempurna sesudah menyerahkan benda yang dijadikan akad, seperti hibah, pinjam-meminjam, titipan, dan *qirad*. Sempurna termasuk akad terbaru (derma) yang dikatakan sempurna setelah memegang (*al qabbu*), sesuai kaidah.

a. Landasan Hukum Gadai Syari'ah

Hukum gadai adalah jaiz atau boleh Berdasarkan Al-Qur'an, ayat Al-Qur'an dan hadis yang dijadikan sebagai landasan gadai adalah :

1) Dalil Al-Qur'an.

Surah Al Baqarah Ayat 283

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

⁵⁰ Muhammad Fahmi Rois, *gadai beraguanan emas dalam hukum ekonomi syariah di indonesia*, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTIE Vol. 11 No. 1,(Universitas Diponegoro Semarang :Mei 2018), 51.

تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ

عَلِيمٌ

Artinya: “Jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barang siapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”(Qs. Al Baqarah (283)⁵¹

2) As-Sunnah

Dalam hadist riwayat Bukhari dan Muslim :

“Aisyah berkata bahwa Rasulullah bersabda: Rasulullah membeli makanan dari seorang yahudi dan meminjamkan kepadanya baju besi” (HR. Bukhari dan Muslim.)⁵²

3) Fatwah Dewan Syariah Nasional

Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26 Juni 2002 yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) *Murtahin* (penerima barang) memiliki hak untuk menahan Marhun (barang) sampai semua hutang *Rahin* (yang menyerahkan barang) dilunasi.

⁵¹ Jabal, *Al-Qur'an dan terjemahan untuk wanita*, (Bandung: Jabal, 2010), 49.

⁵² Rahmat, *Fiqh Muamalah*, (Bandung:CV Pustaka Setia, 2000),160-161

- b) *Marhun* dan manfaatnya tetap menjadi milik *Rahin*. Pada prinsipnya *Marhun* tidak boleh dimanfaatkan oleh *Murtahin* tanpa seizin *Rahin*, dengan tidak mengurangi nilai *Marhun* dan pemanfaatannya itu sekedar pengganti biaya pemeliharaan perawatannya.
- c) Pemeliharaan dan penyimpanan *Marhun* pada dasarnya menjadi kewajiban *Rahin*, namun dapat dilakukan juga oleh *Murtahin*, sedangkan biaya pemeliharaan dan perawatan tetap menjadi kewajiban *Rahin*.
- d) Besar biaya administrasi dan penyimpanan *Marhun* tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.
- e) Apabila jatuh tempo, *Murtahin* harus memperingatkan *Rahin* untuk segera melunasi hutangnya. Apabila *Rahin* tetap tidak melunasi utangnya, maka *Marhun* dengan terpaksa dijual/dieksekusi.
- f) Hasil penjualan *Marhun* digunakan untuk melunasi hutang, biaya pemeliharaan dan penyimpanan yang belum dibayar dan biaya penjualan.
- g) Kelebihan menjadi milik *Rahin* dan kekurangan menjadi tanggung jawab.
- h) Jika terjadi perselisihan antara kedua belah pihak karna salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya, maka dilakukan

penyelesaian melalui Badan Arbitrase Syariah setelah tidak tercapainya kesepakatan melalui musyawarah.

- i) Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika di kemudian hari terdapat kekeliruan akan diubah dan disempurnakan sebagai mana mestinya.⁵³

4) Aplikasi *Rahn* dalam Perbankan

Kontrak rahn dipakai dalam perbankan dalam dua hal:

a) Sebagai Produk Pelengkap

Rahn dipakai sebagai produk pelengkap, artinya sebagai akad tambahan (jaminan/*collateral*) produk lain seperti dalam pembiayaan *bai' al-murabahah*. Bank dapat menahan barang nasabah sebagai konsekuensi akad tersebut

b) Sebagai Produk Tersendiri

Di beberapa negara islam termasuk diantaranya adalah Malaysia, akad *rahn* telah dipakai sebagai alternatif dari penggadaian konvensional. Bedanya dengan penggadaian biasa, dalam *rahn*, nasabah tidak dikenakan bunga yang dipungut dari nasabah adalah biaya penitipan, pemeliharaan, penjagaan, serta penaksiran.

Perbedaan utama biaya *rahn* dan bunga pegadaian adalah dari sifat bunga yang biasa berakumulasi dan berlipat ganda, sedangkan biaya *rahn* hanya sekali dan ditetapkan di muka.⁵⁴

⁵³ Syarif Arbi, *Lembaga: Perbankan, Keuangan, dan Pembiayaan*, (Yogyakarta:BPFE,2013).331

Rahn yang di operasionalkan oleh Bank Syariah menggunakan akad *al-qard* dan *al-ijarah*, yaitu dengan menyewa *safe deposit box* (SDB) sebagai tempat penyimpanan emas, nasabah akan dibebankan biaya administrasi dan juga biaya penggunaan SDB, sehingga konsep inilah yang digunakan oleh Bank Syariah untuk memberikan biaya yang lebih ringan dibanding pesaingnya. Selain biaya, maksimal plafond gadai (*qard*) yang diberikan juga menjadi salah satu faktor penentu.

Ada beberapa bank syariah yang memberikan platform gadainya cukup tinggi, seperti 90% dari nilai taksiran yang mengacu pada harga dasar. emas dan ada juga yang hanya berani ditataran 85%. Hal ini menjadi tolak ukur yang menentukan bagi nasabah untuk memilih bank syariah atau pegadaian syariah.⁵⁵

3. Nilai Taksiran

Nilai taksiran emas adalah nilai emas yang digunakan nasabah kepada bank atau pihak pegadaian. Besarnya nilai taksiran ini dipengaruhi oleh dua faktor yakni dari berat emas/perhiasan yang akan digadaikan serta kadar (karat) dari emas/perhiasan yang akan digadaikan. Umumnya nilai taksiran tidak sama dengan harga pasar, selain itu jumlah pinjaman yang diberikan juga lebih kecil dari nilai taksiran barang gadai, hal ini

⁵⁴ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke praktik*,130

⁵⁵ H. Muklis dan Risti Wulandari, *Pengaruh Produk Jasa Gadai (Rahn) Dengan Akad Qard Dan Ijarah Terhadap Kepeminatan Masyarakat Untuk Berbank*,38.

dilakukan untuk mencegah munculnya kerugian besarnya nilai taksiran ini akan menjadi landasan bagi bank dalam menentukan besarnya jumlah pinjaman yang akan diberikan kepada nasabah.

Semakin besar nilai taksiran yang diberikan bank terhadap emas/perhiasan yang akan dijaminkan maka semakin besar pula pinjaman yang dapat diperoleh nasabah demikian pula sebaliknya. Hal ini akan menjadi salah satu pertimbangan nasabah dalam menggadaikan emas/perhiasannya di bank maupun pegadaian.⁵⁶

Menaksir adalah menentukan nilai/harga perkiraan tertentu yang dijadikan jaminan yang didasarkan pada harga jadi, pasar dan peraturan yang berlaku untuk asa tertentu ketentuan taksiran :

- a. Tidak boleh sama atau melebihi harga pasar.
- b. Tidak boleh terlalu rendah dari harga pasar, kecuali ketentuan pasar yang berlaku.

Agar barang gadai dapat dijual bilamana nasabah tidak mampu atau bersedia melunasi pinjaman, maka perum pegadaian menentukan pedoman standar taksiran tertinggi yang dapat ditetapkan oleh cabang pegadaian sebagai berikut (dinyatakan dalam perentase) :

- a. Logam mulia sebesar 88 % dari harga pasar
- b. Berlian sebesar 45% dari harga pasar
- c. Tekstil (sandang) sebesar 83% dari harga pasar.
- d. Barang elektronik sebesar 73% dari harga pasar

⁵⁶ Semawati, *Urgensi Nilai Taksiran terhadap Motivasi Nasabah dalam Transaksi Gadai Emas*, Jurnal Ilmiah Al Tsarwah, (Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone:2019),212

- e. Kendaraan bermotor sebesar 93% dari harga pasar
- f. Barang lain sebesar 63%-83% dari harga pasar.

Terbentuknya uang pinjaman (UP) dari suatu barang jaminan bermula dari suatu taksiran. Dengan demikian suatu taksiran yang baik akan mendapatkan uang pinjaman yang baik. Kriteria taksiran yang baik antara lain :

- a. Mentaati ketentuan yang berlaku
- b. Mengandung risiko yang sekecil-kecilnya dalam suatu masa tertentu.⁵⁷

4. Promosi

Promosi adalah suatu pesan yang dikomunikasikan kepada calon pembeli melalui berbagai unsur yang terdapat dalam progam.⁵⁸

Menurut Tjiptono menyatakan promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan utama dari promosi menurut Dharmmesta adalah modifikasi tingkah laku konsumen, menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan konsumen sasaran tentang perusahaan dan produk atau jasa yang dijualnya secara rinci dapat dijabarkan sebagai berikut :

⁵⁷ Damanhur dan Leni Darwina, “Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syari’ah Kota Lhokseumawe”, Jurnal Aplikasi Manajemen, Vol. 4, No.2 (Maret 2011), 502.

⁵⁸ Deery Anzar Susanti, *analisis pengaruh harga, promosi, pelayanan, dan kualitas produk online terhadap kepuasan konsumen online secara syariah*, *Analytica Islamica*, Vol. 5, No. 2, 2016: 368-393, (Tanjung Pura Sekolah Tinggi Agama Islam:2016),373.

- a. Menginformasikan kegiatan promosi ditujukan untuk memberitahukan pasar yang dituju tentang penawaran dari perusahaan.
- b. Membujuk pelanggan sasaran promosi yang bersifat membujuk umumnya kurang disenangi masyarakat namun demikian promosi ini diarahkan untuk mendorong pembelian.
- c. Mengingatkan promosi yang bersifat mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk produk dalam masa kedewasaan produk.
- d. Modifikasi tingkah laku konsumen promosi diarahkan untuk merubah kebiasaan pembelian konsumen.⁵⁹

Agar produk bank laku dijual kemasayarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehadiran produk tersebut. Kegiatan promosi produk dan jasa lebih banyak dilakukan melalui media massa cetak dan audio visual, seperti majalah, surat kabar, dan televisi.

Bank Syariah sangat efektif jika melakukan propaganda melalui dakwah yang intensif dan terprogram serta *marketing public relation* lewat testimoni keunggulan berbagi hasil, berjual beli, bebas negatif spread, serta memperdayakan etnis atau kelompok tertentu setelah dibekali pengetahuan.⁶⁰

Dalam praktiknya ada empat macam sarana promosi yang digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasa.

⁵⁹ Milli Cindy Lumintang, *promosi dan customer relationship management pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah pada pt. Bank tabungan negara (persero) cabang manado*, vol.1 No.4, (Universitas Sam Ratulangi: Desember 2013), 1034-1035.

⁶⁰ Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), 133

a. Periklanan (*Advertising*)

Burke mendefinisikan *advertising* menyampaikan pesan-pesan penjual yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara yang persuasif yang bertujuan menjual barang, jasa atau ide. promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan atau gambar atau kata-kata yang tertuang dalam produk, bliboard, koran, majalah, televisi dan radio. Pemilihan media *advertising* yang akan digunakan akan tergantung kepada :

- 1) Daerah yang akan dituju
- 2) Konsumen yang diharapkan
- 3) Appeal (daya tarik) yang diinginkan oleh media tersebut
- 4) Fasilitas yang diberikan oleh media tersebut dalam biaya.

b. Penjualan Pribadi (*Personal Selling*)

Yang dimaksud dengan *personal selling* ialah: “*oral presentation in a conversation eith one or more propective for purpose of makin sales*” Cara penjualan *personal selling* adalah cara yang paling tua dan penting. Cara ini adalah unik, tidak mudah untuk diulang, dapat menciptakan two ways comunication antara ide yang berlainan antara penjual dan pembeli. Cara ini adalah satu-satunya cara dari sales promotion yang dapat menggugah hati pembeli dengan segera, dan pada tempatnya dan waktu itu juga diharapkan konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli.

Bentuk-bentuk personal selling yang kita kenal secara garis besar adalah sebagai berikut :

- 1) Ditoko
- 2) Di rumah-rumah (penjual datang kerumah)
- 3) Penjual yang ditugaskan oleh pedagang besar untuk mendatangi, pedagang eceran.
- 4) Penjual yang ditugaskan oleh produsen untuk menghubungi pedagang besar/pedagang eceran
- 5) Pemimpin perusahaan berkunjung kepada langsung ke pelanggan penting.
- 6) Penjual yang terlatih secara teknis mengunjungi para konsumen industri untuk memberikan nasehat dan bantuan.

c. Publisitas (*Public Relation-publicity*)

Kotler dan gary menyebut ini *public relations* yang artinya menciptakan “*good relation*” dengan publik, agar masyarakat memiliki image baik terhadap perusahaan. Melalui *public relation* dapat membentuk pandangan baik (*corporate image*), mencegah berita-berita tidak baik (*unfavorable rumors*) dari masyarakat.

Menurut william “*Public Relation is communication to build and maintain favorable image for a firm, maintain the goodwill of its many stakeholders, and explain its goals and purpose. Public relations* adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun image yang baik terhadap perusahaan, menjaga kepercayaan dari para pemegang

saham. Sedangkan *publicity is coverage in the mass media about a firm and its products, personal, or actions. There is not cost for media time or space for publicity*. Artinya publikasi adalah pemuatan berita di media masa tentang profil perusahaan, produk, pegawai, dan berbagai kegiatan. Pemungutan berita dalam publikasi ini tdk dipungut biaya. Informasi dari perusahaan ini dapat dilakukan dengan menerbitkan buletin sendiri, membuat brosur, atau menjadi sponsor-sponsor dalam event/peristiwa tertentu. Misalnya ada peristiwa ulang tahun perusahaan, acara pertandingan olah raga dan sebagainya.

d. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Kotler dan Armstrong menyatakan : “*sales promotios consists of short term to encourage purchase or sales of product service*”Kegiatan *advertising* biasanya disertai oleh dua kegiatan alat promosi lain, yaitu *sales promotion* dan *public relations*. Tugas *advertising* ialah memberi ajakan kepada calon konsumen untuk mengenal dan membeli produk, sedangkan *sales promotion* mengajak mereka membeli sekarang (*sales promotion offers reason to buy now*). Berbagai cara *sales promotion* yang ditawarkan yaitu: memberi sample, kupon, rabat, diskon, premi, kontes, trading stamps, demonstrasi, bonus, hadiah uang dan perlombaan penyalur dan lai-lain.⁶¹

⁶¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 184-188.

Tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau meningkatkan jumlah nasabah. Bagi bank promosi penjualan dapat dilakukan melalui :

- 1) Pemberian bunga khusus (*special rate*) untuk jumlah dana yang relatif besar walaupun hal lain akan mengakibatkan persaingan tidak sehat.
- 2) Pemberian insentif kepada setiap nasabah yang memiliki simpanan dengan saldo tertentu.
- 3) Pemberian cinderamata, hadiah serta kenang-kenangan lainnya kepada nasabah yang loyal
- 4) Dan promosi penjualan lainnya.⁶²

5. Kualitas Pelayanan

Definisi *customer* (pelanggan) memberikan pandangan mendalam yang penting untuk memahami mengapa perusahaan harus menciptakan dan memelihara pelanggan dan bukan menarik pembeli.⁶³

Pelanggan/pembeli adalah raja merupakan jargon setiap bisnis yang memiliki makna bahwa pelanggan/pembeli harus mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari penjual.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan. Pelayanan yang baik akan

⁶² Mugi Rardjo, *Pemasaran Lembaga Keuangan/perbankan*, (Surakarta: Lembaga Pengembangan pendidikan (LPP) UNS dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press, 2009) 64.

⁶³ Jill Griffin, *Customer Loyalty menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 31.

mampu meningkatkan *image* perusahaan dimasa pelanggan. *Image* ini harus selalu dibangun agar citra perusahaan dapat terus meningkat sehingga menciptakan pelanggan yang loyal.⁶⁴

Menciptkan pelanggan yang loyal adalah inti setiap bisnis, menurut pernyataan ahli pemasaran Don Peppers dan Martha Rogers satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan anda adalah nilai yang berasal dari pelanggan itu adalah semua nilai yang anda miliki sekarang dan nilai yang akan dimiliki dimasa depan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan.

Pelayanan adalah suatu bentuk layanan yang diselenggarakan oleh penyedia layanan (produsen atau instansi pemerintah) kepada pengguna layanan tersebut.

Wyckoff mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendali atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut Parasuraman terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima oleh pengguna (*perceived service*). Apabila yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan

⁶⁴ Khasmir, *Etika Customer service*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003), 31.

sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayan tergantung pada penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.⁶⁵

Metode *Service quality (SERVQUAL)* membagi kualitas pelayanan kedalam 5 (lima) dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al, yaitu :

- a. *Tangibels* yaitu meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personal, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan.
- b. *Reliability* yaitu meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya.
- c. *Responsiveness* meliputi kemauan atau keinginan pihak penyedia untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap.
- d. *Assurance*, yaitu pemahaman dan sikap sopan santun dari layanan (*contact personal*) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam meberikan keyakinan kepada konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.

⁶⁵ Algifari, *Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan*,2-3.

e. *Empathy*, yaitu paham karyawan terhadap kebutuhan konsume serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.⁶⁶

6. Keputusan Nasabah

Menurut Kotler (2002:234) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Pengertian keputusan menurut Drumond adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-sasarannya yang menentukan keuntungan serta kerugiannya masing-masing.⁶⁷

Proses psikologis memainkan suatu peran penting, untuk memahami bagaimana konsep sebenarnya membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, kita perlu mengetahui bagaimana konsumen membuat keputusan pembeliannya. Tentunya suatu perusahaan yang baik, akan selalu mencoba untuk memahami proses pengambilan keputusan pembelian pelanggannya.

Dalam pengembangan bisnis pemasaran, haruslah ada upaya untuk peningkatan pemahaman sepenuhnya tentang model tahapan proses

⁶⁶Ibid.,5-6

⁶⁷ Sufitrayati dan fanny Nailufar, “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh*”, (E-Jurnal Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, Vol.2 Nomer 1) 2018

pengambilan keputusan pembeli. Proses pengambilan keputusan pembeli terdiri dari lima tahapan.⁶⁸

a. *Need Recognition*

b. *Information Search*

c. *Evaluation of Alternatives*

d. *Purchase Decision*

e. *Post purchase behavior* (Kotler & Armstrong 1999:155)

a. Pengenalan kebutuhan, atau pengenalan masalah maka seseorang merasakan adanya stimulasi untuk membeli sesuatu. Stimulasi ini bisa datang dari dalam (*internal*), misal seseorang merasa lapar, atau karena dorongan dari luar (*eksternal*), misal ingin mentraktir teman atau karena faktor iklan makanan tertentu.

b. Pencari informasi mengenai mau membeli apa, model bagaimana, dimana, dsb, maka seseorang mencari informasi yang diperoleh dari sumber pribadi seperti famili, teman, tetangga. Dari sumber komersial seperti iklan, tenaga penjual, melihat display. Dari sumber publik seperti media massa, koran, televisi, radio. Dan dari pengalaman masa lalu, pernah menggunakan produk, atau melihat produk tersebut

c. Evaluasi alternatif, dalam hal ini konsumen sangat berbeda evaluasinya tergantung pada pilihan atribut produk, sesuai atau tidak dengan keinginan mereka. Juga kosumen berbeda tingkat pemenuhan kebutuhan mereka, ada yang sangat mendesak, ada yang tidak begitu

⁶⁸ Sofjan Assauri, Manajemen Bisnis Pemasaran, (Depok: PT Raja Grafindo Persada,2018),140

mendesak, masih bisa ditunda lain kali. Kemudian faktor merek juga sangat menentukan alternatif, karena ada konsumen yang sudah fanatik terhadap suatu merek, sulit beralih ke merek lain. Akhirnya pertimbangan konsumen ialah kepuasan total terhadap alternatif yang ia ambil. Misalnya terhadap produk TV dinilai gambar, warna, dan harga. Hotel dinilai lokasi, kebersihan, kenyamanan, harga dsb.

- d. Keputusan pembeli, ini adalah tahap yang harus diambil setelah melalui tahap diatas. Bila konsumen mengambil keputusan, maka ia akan mempunyai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, merek, kualitas, model, waktu, harga, cara membayar, dsb. Kadang-kadang dalam pengambilan keputusan ini ada saja pihak lain yang memberi pengaruh terakhir, yang harus dipertimbangkan kembali, sehingga dapat mengubah seketika keputusan semula.
- e. *Post Purchase Behavior*, ini sangat ditentukan oleh pengalaman konsumen dalam mengkonsumsi produk yang ia beli. Apakah akan puas atau kecewa, jadi tergantung pada jarak ekspektasi dengan kenyataan yang dihadapi. Jika kenyataannya tidak puas, maka ia akan kecewa, jika sesuai antara apa yang diharapkan dengan dialami, berarti puas, jika sesuai antara apa yang diharapkan dengan yang dialami, berarti puas, dan jika kenyataannya lebih bagus dari yang diharapkan maka ia akan sangat gembira. Biasanya ekspektasi konsumen semakin besar, karena mendengar carita penjual, atau karena komentar teman-temannya tentang produk itu sangat bagus,

dan apabila tidak benar, maka ia akan sangat kecewa. Oleh sebab itu tidak perlu penjual terlalu berlebihan menyatakan keunggulan produknya., agar jarak antara harapan dan kenyataan yang dialami konsumen tidak terlalu jauh, agar jarak antara harapan dan kenyataan yang dialami konsumen tidak terlalu jauh, sehingga konsumen merasa puas, akhirnya terjalin hubungan/*relationship* yang baik.

Akhirnya secara umum proses pengambilan keputusan membeli ini dapat dikategorikan kedalam tiga bentuk lain.

- a. Proses pengambilan keputusan yang luas (*extended decision making*) disini akan banyak muncul pertimbangan karena banyak alternatif, seperti masalah merek, mutu, harga, model, keagunan, dsb. Kategori ini biasanya muncul dalam menentukan pembeli barang yang mahal dan jarang dibeli, seperti mobil, dan barang-barang elektronik keperluan rumah tangga.
- b. Pengambilan keputusan terbatas (*limited decision making*). Dalam hal ini konsumen telah mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi hanya beberapa alternatif produk, merek dan harga.
- c. Proses pengambilan keputusan yang bersifat rutin, kebiasaan (*habitual decision making*), proses ini sangat sederhana, konsumen telah mengenal masalahnya, dan sudah jelas pula merek yang ia beli, dimana membeli, keputusan cepat diambil.⁶⁹

⁶⁹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran*, 104-106

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung yang bertempat di Jl. Rambipuji No. 78, Kab. Jember, Kebonsari Kecamatan Balung Lor, Jawa Timur 68152. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

Nilai-nilai perusahaan yang menjunjung tinggi kemanusiaan dan integritas telah tertanam kuat pada segenap insan Bank Syariah Mandiri (BSM) sejak awal pendiriannya. Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank-bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank-bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang

Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8

September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.⁷⁰

Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung berdiri pada tahun 2009. Awal dibukanya Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung bukanlah kantor cabang pembantu melainkan kantor kas yang hanya melayani funding saja yaitu melayani pembukaan rekening yang dilakukan oleh Customer service, setor dan tarik tunai yang berkaitan dengan teller saja.

Bank Syariah mandiri KCP Jember balung pada awal pembukaan hanya memiliki 4 karyawan yang terdiri dari Kepala Kantor Kas, Customer Service, Teller dan Security. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

⁷⁰<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah> diakses senin, 23 Maret 2020

yang sebelumnya menjadi kantor kas bertahan 3 tahun saja yaitu sampai 2011. Kemudian beralih nama menjadi KCP perubahan ini juga ditandai dengan semakin banyak merekrut karyawan. Selain itu BSM juga dapat memproses dan menawarkan pembiayaan-pembiayaan kepada masyarakat

2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

a. Visi

“Bank Syariah Terdepan dan Modern”

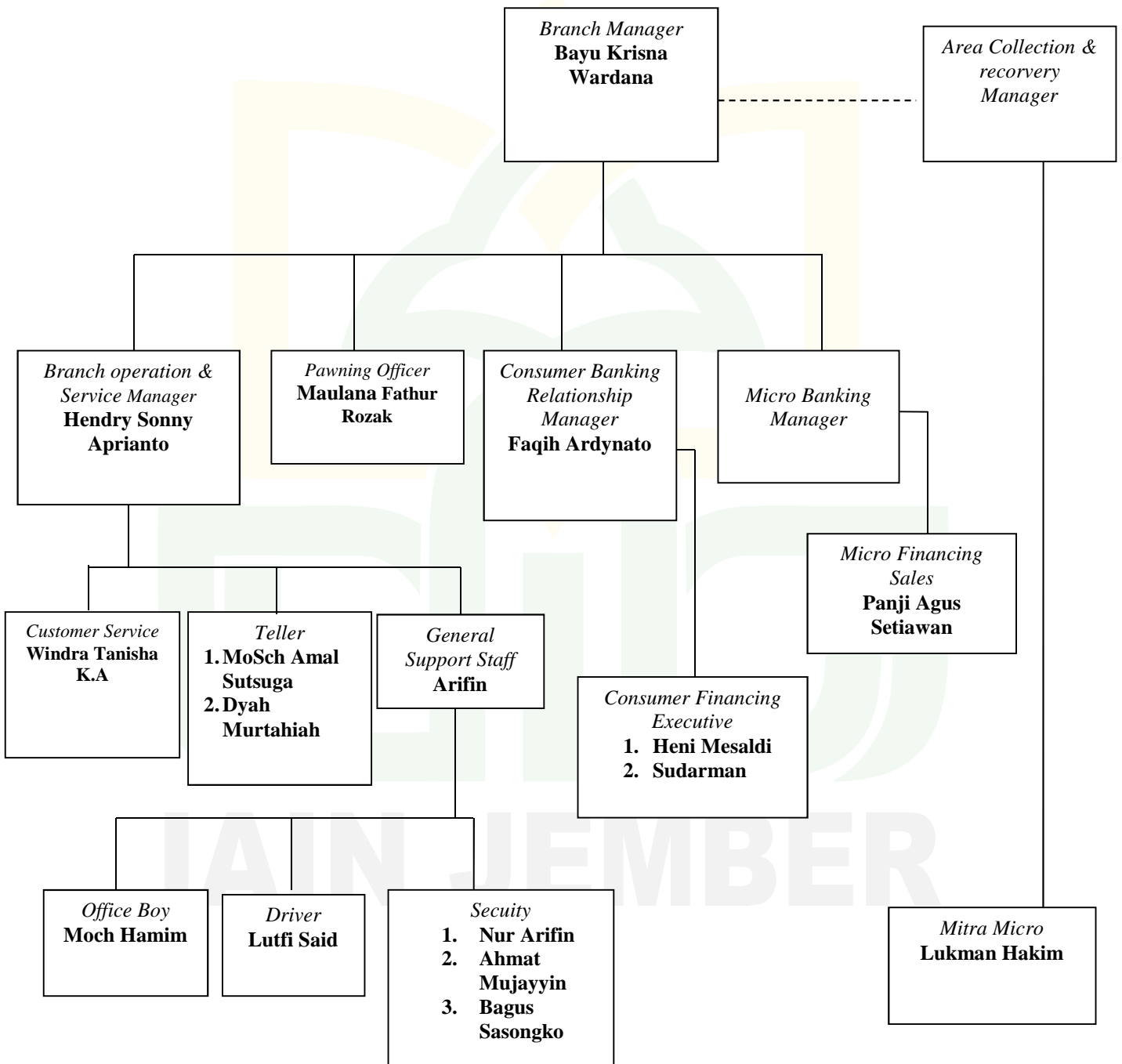
b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

IAIN JEMBER

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syraiah Mandiri KCP Jember Balung

Gambar 3.1
STRUKTUR ORGANISASI
PT. BANK MANDIRI SYARIAHKCP JEMBER BALUNG



(Sumber: Wawancara Bapak Arifin)

4. Letak Geografis PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

Penelitian ini mengambil lokasi di Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung yang terletak di adalah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung yang bertempat di Jl. Rambipuji No. 78, Kab. Jember, Kebonsari Kecamatan Balung Lor, Jawa Timur 68152. Adapun batas-batas Bank Syariah Mandiri KCP Jember balung sebagai berikut :

Sebalah Timur: Perumahan

Sebelah Barat : Jalan Raya Balung

Sebelah Selatan : Pegadaian

Sebelah Utara : Bank Perkreditan Rakyat Nusuma Jatim

5. Produk Dan Jasa Bank Syariah Mandiri

Kegiatan usaha Bank Syariah Mandiri dapat dikategorikan menjadi 3 (tiga) produk/jasa meliputi produk pendanaan, produk pembiayaan, serta berbagai produk layanan yang dijelaskan sebagai berikut :

a. Produk Pendanaan

1) Tabungan Mudharabah

Merupakan tabungan dalam mata uang rupiah berdasarkan Prinsip Syariah yaitu Mudharabah Mutlaqah.

2) Tabungan Berencana

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan investasi dengan berdasarkan prinsip syariah yaitu akad Mudharabah Muthlaqah.

3) Tabungan Mabror

Merupakan tabungan untuk membantu masyarakat untuk merencanakan ibadah haji dan umrah dengan akad Mudharabah Muthlaqah.

4) Tabungan Mabror Junior

Merupakan tabungan masyarakat dengan usia di bawah 17 tahun untuk merencanakan ibadah haji dan umrah.

5) Tabungan Dollar

Merupakan tabungan dalam mata uang dollar yang berdasarkan Prinsip Syariah yaitu akad Wadi'ah Yad Dhamana yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat atau sesuai ketentuan dengan menggunakan slip penarikan.

6) Tabungan Investa Cendekia (TIC)

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi masyarakat dalam melakukan perencanaan investasi pendidikan berdasarkan Prinsip Syariah yaitu Mudharabah Muthlaqah.

7) Tabungan Wadiah

Media penyimpanan dana atas prinsip wadi'ah dalam bentuk tabungan di bank yang diperuntukkan bagi masyarakat.

8) Tabungan Perusahaan

Merupakan tabungan yang digunakan untuk menampung kelebihan dana rekening giro yang berdasarkan prinsip syariah yaitu akad Mudharabah Muthlaqah yang dimiliki

Institusi/Perusahaan berbadan hukum dengan menggunakan fasilitas autosave.

9) Tabungan Pensiun

Merupakan tabungan yang diperuntukkan bagi penerima manfaat pensiun untuk menampung atau menerima pembayaran tabungan hari tua, pensiun, jaminan kecelakaan kerja dan jaminan kematian kepada Pensiunan berdasarkan daftar yang diberikan oleh Lembaga Pengelola Pensiun kepada Bank dengan akad Mudharabah Muthlaqah.

10) Tabunganku

Merupakan tabungan atas prinsip Wadi'ah yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

11) BSM Deposito

Merupakan produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan.

12) BSM Deposito Valas

Merupakan produk investasi berjangka yang penarikannya hanya dapat dilakukan setelah jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan dalam bentuk valuta asing.

13) BSM GIRO

Merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau alat perintah bayar lainnya dengan prinsip wadiah yad dhamanah.

14) BSM Simpanan Pelajar IB

Merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

15) Mandiri Syariah Priority

Merupakan layanan eksklusif dari Mandiri Syariah khusus bagi Nasabah terpilih. Mandiri Syariah bertekad membangun kemitraan bersama Nasabah dengan mengembangkan one stop financial services yang inovatif dan menghadirkan Priority Banking Officer yang berdedikasi untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan manfaat aset nasabah secara seimbang sesuai dengan prinsip syariah.

16) Surat Berharga Syariah Negara (SBSN)

a) Investor Ritel

Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual di Pasar Perdana, menawarkan produk Surat Berharga Syariah Negara

(SBSN) atau yang dikenal dengan istilah Sukuk Negara yang ditawarkan kepada Nasabah Ritel.

b) Sukuk Negara Retail

Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual di Pasar Perdana, menawarkan produk Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang bersifat Retail atau yang dikenal dengan istilah Sukuk Negara Retail. Sukuk Negara Retail adalah Surat Berharga Syariah Negara (Sukuk Negara) yang dijual kepada individu atau perseorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri. Penunjukan Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual Sukuk Negara Retail ditetapkan oleh Pemerintah. Produk Sukuk Negara Retail yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri SR 001 – SR 010.

c) Sukuk Tabungan

Merupakan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), yang berbentuk tabungan investasi perseorangan Warga Negara Indonesia yang ditawarkan dalam mata uang Rupiah melalui Agen Penjual yang diterbitkan tanpa warkat, tidak dapat diperdagangkan dan dialihkan. Penunjukan Bank Syariah Mandiri sebagai Agen Penjual SBSN untuk Investor Ritel ditetapkan oleh Pemerintah.

17) Reksa Dana

Bank Syariah Mandiri telah terdaftar sebagai agen penjual efek reksa dana (APERD) berdasarkan surat tanda terdaftar nomor: 25 / BL / STTD/ APERD /2007 dari badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan tanggal 24 April 2007. Reksa Dana adalah wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi. berdasarkan undang-undang no.08 tahun 1995 tentang pasar modal, reksa dana dapat berbentuk perseroan tertutup atau terbuka dan kontrak investasi kolektif. bentuk hukum reksa dana yang dipasarkan melalui Mandiri Syariah adalah kontrak investasi kolektif.

18) Tabungan Saham Syariah

Merupakan Rekening Dana Nasabah berupa produk tabungan yang khusus digunakan untuk keperluan penyelesaian transaksi Efek (baik berupa kewajiban maupun hak Nasabah), serta untuk menerima hak nasabah yang terkait dengan efek yang dimilikinya melalui pemegang rekening KSEI berdasarkan Prinsip Syariah yaitu akad Mudharabah Muthlaqah.

b. Produk Pembiayaan

1) BSM Pembiayaan Mudharabah

Merupakan pembiayaan dimana seluruh modal kerja yang dibutuhkan nasabah ditanggung oleh bank. Keuntungan yang diperoleh dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

2) BSM Pembiayaan Musyarakah

Merupakan pembiayaan khusus untuk modal kerja, dimana dana dari bank merupakan bagian dari modal usaha nasabah dan keuntungan dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati.

3) BSM Pembiayaan Murabahah

Merupakan pembiayaan berdasarkan akad jual beli antara bank dan nasabah. Bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati. Dapat dipergunakan untuk keperluan usaha (investasi, modal kerja) dan pembiayaan konsumen.

4) BSM Pembiayaan Istishna

Pembiayaan pengadaan barang dengan skema Istishna berupa pembiayaan jangka pendek, menengah, dan panjang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pengadaan barang (obyek istishna), masa angsuran melebihi periode pengadaan barang (goods in process fit) dan bank mengakui pendapatan yang menjadi haknya pada periode angsuran, baik pada saat pengadaan

berdasarkan persentase penyerahan barang, maupun setelah barang selesai dikerjakan.

5) Pembiayaan Dengan Skema IMBT (Ijarah Muntahiyah Bittamliik)

Merupakan fasilitas pembiayaan dengan skema sewa atas suatu obyek sewa antara Bank dan Nasabah dalam periode yang ditentukan yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan nasabah.

6) BSM Pembiayaan Griya BSM

Merupakan pembiayaan konsumtif dalam valuta rupiah yang diberikan oleh Bank kepada perseorangan/individual untuk membiayai pembelian rumah baru, rumah second, renovasi maupun take over berupa rumah tinggal.

7) BSM Pembiayaan Pemilikan Rumah Sejahtera

a) Syariah Tapak

Merupakan Pembiayaan Pemilikan Rumah berdasarkan prinsip dengan dukungan FLPP (Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan yang pengelolaannya dilaksanakan oleh Kementerian Perumahan Rakyat) yang diterbitkan oleh Bank pelaksana yang beroperasi secara syariah kepada masyarakat berpenghasilan rendah dalam rangka pemilikan Rumah Sejahtera Syariah Tapak yang dibeli dari orang perseorangan dan/atau badan hukum.

b) BSM Pembiayaan Griya PUMP-KB

Pembiayaan Griya BSM Pinjaman Uang Muka Perumahan Kerjasama Bank (PUMP-KB) dimana Pembiayaan dengan dukungan pendanaan yang diberikan BPJS Ketenagakerjaan kepada Bank Syariah Mandiri untuk pemilikan atau pembelian rumah kepada peserta BPJS Ketenagakerjaan.

c) BSM Optima Pembiayaan Pemilikan Rumah

Pembiayaan Griya BSM Optima dimana pembiayaan pemilikan rumah dengan tambahan benefit berupa adanya fasilitas pembiayaan tambahan yang dapat diambil nasabah pada waktu tertentu sepanjang coverage atas agunannya masih dapat meng-cover total pembiayaannya dan dengan memperhitungkan kecukupan debt to service ratio nasabah

8) BSM Pensiun

Pembiayaan BSM Pensiun yang diberikan kepada para pensiunan atau pegawai yang kurang dari 6 (enam) bulan lagi akan pensiun (pra pensiun) atau janda pensiun dan telah menerima SK pensiun.

9) Pembiayaan Umrah

Merupakan pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umroh, seperti untuk tiket, akomodasi, dan persiapan biaya umroh lainnya dengan akad ijarah.

10) BSM Pembiayaan Warung Mikro

Merupakan pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan usaha dan multiguna dengan maksimal pembiayaan sampai dengan Rp100 Juta dengan akad Murabahah dan Ijarah.

11) Gadai Emas BSM

Merupakan pembiayaan yang menggunakan akad qardh dengan jaminan berupa emas yang diikat dengan akad rahn, dimana emas yang diagunkan disimpan dan dipelihara oleh Bank selama jangka waktu tertentu dengan membayar biaya pemeliharaan atas emas sebagai objek rahn yang diikat dengan akad ijarah.

12) Cicil Emas BSM

Merupakan pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad Murabahah.

c. Produk Layanan

1) Mandiri Syariah Card

Merupakan sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima maupun ATM MEPS (Malaysia). Selain itu juga berfungsi sebagai kartu debit yang dapat digunakan untuk transaksi belanja di merchant-merchant yang menggunakan EDC Bank Mandiri atau Prima Debit (BCA).

2) Mandiri Syariah ATM

Merupakan Mesin Anjungan Tunai Mandiri yang dimiliki oleh Mandiri Syariah. Mandiri Syariah ATM dapat digunakan oleh nasabah Mandiri Syariah, nasabah bank anggota Prima, nasabah bank anggota ATM Bersama dan nasabah anggota Bancard(Malaysia).

3) Mandiri Syariah Call 14040

Merupakan layanan perbankan melalui telepon dengan nomor akses 14040 atau 021 2953 4040, yang dapat digunakan oleh nasabah untuk mendapatkan informasi terkait layanan perbankan.

4) Mandiri Syariah Mobile Banking

Merupakan layanan perbankan yang berbasis teknologi SMS telepon selular (ponsel) yang memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan di mana saja, kapan saja.

5) Mandiri Syariah Notifikasi

Merupakan layanan untuk memberikan informasi segera dari setiap mutasi transaksi nasabah sesuai dengan jenis transaksi yang didaftarkan oleh nasabah yang dikirimkan melalui media SMS atau email.

6) MBP (Multi Bank Payment)

Merupakan layanan untuk mempermudah pembayaran kepada institusi (lembaga pendidikan, asuransi, lembaga khusus,

lembaga keuangan non bank) melalui menu pemindahbukuan di ATM bank manapun.

7) BPI (BSM Pembayaran Institusi)

Merupakan layanan pembayaran yang terhubung ke institusi secara real time online.

8) BSM E-Money

Merupakan kartu prabayar berbasis smart card yang diterbitkan oleh Bank Mandiri bekerjasama dengan Mandiri Syariah. Produk Layanan Remittance

9) Transfer D.U.I.T.

Merupakan jasa pengiriman uang dari luar negeri ke semua bank dan kantor Pos di Indonesia secara cepat dan mudah.

Pengiriman uang dilakukan melalui mitra BSM (Remittance Company) yang telah bekerjasama dengan bank dan perusahaan jasa keuangan di berbagai Negara.

10) BSM Transfer Valas

Merupakan layanan transfer valuta asing (valas) secara cepat dan mudah antar rekening bank di Indonesia atau luar negeri ke berbagai mata uang tujuan di dunia. Transfer dapat dilakukan di semua jaringan outlet Mandiri Syariah yang tersebar di seluruh Indonesia.

11) Western Union

Merupakan jasa pengiriman uang domestik atau antar negara secara cepat dan mudah dengan jaringan outlet yang luas dan tersebar di seluruh dunia lebih dari 500.000 lokasi. Pengiriman dan pencairan uang di Indonesia dapat dilakukan di Cabang dan e-channel BSM. NUSANTARA merupakan jasa pengiriman uang domestik secara cepat dan mudah melalui SKN, BI-RTGS dan Wesel Pos Instan yang dapat dilakukan di Cabang dan e-channel BSM.

12) Layanan Zakat

Merupakan layanan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan penyaluran zakat berbasis aplikasi.

13) New Mobile Banking

Merupakan aplikasi layanan mobile banking di dalam platform android dan IOS, dimana terdapat fitur-fitur yakni layanan transaksi perbankan serta kebutuhan ibadah masyarakat (layanan zakat infak, waktu sholat, mesjid terdekat dan arah kiblat).

14) QR-PAY

Merupakan fitur pembayaran transaksi pada merchant menggunakan scan QR code.⁷¹

⁷¹Annual Report Bank Syariah Mandiri 2018, 65-69

B. Penyajian Data

Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu memberikan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner, jumlah pertanyaan berupa 5 butir untuk variable X_1 , 5 butir pertanyaan untuk variable X_2 , dan 5 butir pertanyaan untuk X_3 , dan 6 butir pertanyaan untuk Y. Jadi jumlah keseluruhan pernyataan adalah 21 butir. Angket atau kuisisioner yang disebarakan pada responden (nasabah) berisikan pertanyaan mengenai mengenai nilai taksiran (X_1), promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan nasabah (Y) menggunakan produk gadai emas di PT Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Tabel 3.1
Pemberian Data Skor (*Skala Linkert*)

No		Jawaban	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	RR	Ragu-Ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data diolah

1. Karakteristik Resonden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sample yang diambil responden nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung berikut ini

Tabel. 3.2
Hasil Pengelempokan Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin			
NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	19	25.7%
2	Perempuan	55	74.3%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan Hasil Output SPSS 17 dengan analisis statistika deskriptif di atas, dapat dikatakan bahwa yang menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung lebih banyak adalah perempuan. Hal ini dibuktikan dari 74 responden, yang berjenis kelamin adalah 55 nasabah sedangkan sisanya sebanyak responden laki-laki. Jadi, 74,3% nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung adalah perempuan, sedangkan 25,7% adalah laki-laki.

Berikutnya adapun data mengenai usia responden Nasabah Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung:

Tabel 3.3
Hasil Pengelempokan Responden Menurut Usia Responden

Usia			
NO	Usia	Jumlah	Persentase
1	16-25 Tahun	1	1.4%
2	26-35 Tahun	8	10.8%
3	36-45 Tahun	48	64.9%
4	>45 Tahun	17	23.0%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel usia di atas, diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden yang berusia kurang dari 16-25 tahun hanya 1 orang atau 1,4%, usia 26-35 sebanyak 8 orang atau 10,8%, usai 36-45

memiliki banyak banyak peminat yaitu 48 orang atau 64,9%, usia lebih dari >45 tahun sebanyak 17 orang atau 23,0%.

Adapun data mengenai pendidikan terakhir nasabah Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung sebagai berikut :

Tabel 3.4
Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir			
NO	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD/Sederajat	2	2.7%
2	SMP/Sederajat	9	12.2%
3	SMU/Sederajat	35	47.3%
4	D3/S1/S2/S3	28	37.8%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan yang berpendidikan SD/Sederajat sebanyak 2 orang atau 2,7%, tingkat pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 9 orang atau 12,2%, tingkat pendidikan SMU/ sederajat sebanyak 35% atau 47,3% , tingkat pendidikan D3/S1/S2/S3 sebanyak 28 orang atau 37,8%.

Berikutnya adapun data mengenai pekerjaan nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung :

Tabel 3.5
Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden			
NO	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
2	Pegawai Negri	3	4.1%
3	Wiraswasta	50	67.6%
4	Karyawan Swasta	15	20.3%
5	LAIN-LAIN	6	8.1%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa adalah 0 atau 0%, sedangkan Pegawai Negri sebanyak 3 orang atau 4,1%, untuk Wiraswasta sebanyak 50 orang adalah jumlah terbanyak dari kategori 4 pekerjaan lain-lainnya atau 67,6%, untuk Karwayan Swasta sebanyak 15 orang atau 20,3% dan untuk pekerjaan lain-lainya sebanyak 6 orang atau 8,1%.

Berikutnya adapun data mengenai pendapatan perbulan nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung:

Tabel 3.6
Hasil Pengelempokan Responden Menurut Pendapatan Responden

Pendapatan Responden			
NO	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1	<Rp1.000.000	0	0%
2	Rp1.000.000-Rp2.500.000	9	12.2%
3	Rp2.500.000-Rp5.000.000	16	21.6%
4	>Rp5.000.000	49	66.2%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan pendapatan perbulan sebesar kurang dari Rp1.000.000 adalah 0 atau 0%, sedangkan dengan pendapatan Rp1.000.000-Rp2.500.000 sebanyak 9 orang atau 12,2%, untuk pendapatan Rp2.500.000-Rp5.000.000 sebanyak 16 orang atau 21,6%, untuk pendapatan >Rp5.000.000 sebanyak 49 orang atau 66,2% %, adalah jumlah terbanyak dari kategori 4 pendapatan.

Adapun data mengenai rata-rata pengeluaran nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung

Tabel 3.7
Hasil Pengelempokan Responden
Menurut Rata-Rata Pengeluaran Responden

Rata-Rata Pengeluaran Responden			
NO	Rata-Rata Pengeluaran	Jumlah	Persentase
1	<Rp1.000.000	4	5.4%
2	Rp1.000.000-Rp2.500.000	14	18.9%
3	Rp2.500.000-Rp5.000.000	21	28.4%
4	>Rp5.000.000	35	47.3%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan rata-rata pengeluaran sebesar kurang dari Rp1.000.000 adalah 4 orang atau 5,4%, sedangkan dengan pengeluaran Rp1.000.000-Rp2.500.000 sebanyak 14 orang atau 18,9%, untuk pengeluaran Rp2.500.000-Rp5.000.000 sebanyak 21 orang atau 28,4%, untuk Pendapatan >Rp5.000.000 sebanyak 35 orang atau 47,3% %, adalah jumlah terbanyak dari kategori 4 pendapatan.

Adapun data mengenai rata-rata pengeluaran nasabah yang menggunakan produk Gadai Emas Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung:

Tabel 3.8
Hasil Pengelempokan Responden Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah			
NO	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase
1	<1 Tahun	1	1.4%
2	1-2 Tahun	15	20.3%

3	3-4 Tahun	31	41.9%
4	>4 Tahun	27	36.5%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan lama menjadi nasabah sebesar kurang dari 1 tahun adalah 1 orang atau 1,4%, sedangkan dengan lama menjadi nasabah 1-2 tahun sebanyak 15 orang atau 20,3%, untuk lama menjadi nasabah 3-4 tahun sebanyak 31 orang atau 41,9%, untuk lama menjadi nasabah >4 sebanyak 27 orang atau 36,5%.

Adapun data mengenai koresponden dalam Penggunaa Pembiayaan gadai emas di Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung:

Tabel 3.9
Hasil Pengelempokan Responden Penggunaa Pembiayaan
Gadai Emas

Penggunaa Pembiayaan Gadai Emas			
NO	Penggunaan Pembiayaan Gadai Emas	Jumlah	Persentase
1	1 Kali	2	2.7%
2	2 Kali	9	12.2%
3	3 Kali	33	44.6%
4	>4 Kali	30	40.5%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah responden dengan dalam menggunakan pembiayaan gadai emas sebanyak 1 kali adalah 2 orang atau 2,7%, sedangkan dengan penggunaan 2 kali sebanyak 9 orang atau 12,2%, untuk penggunaan pembiayaan gadai emas 3 kali sebanyak 33 orang atau 44,6%, untuk penggunaan pembiayaan gadai emas >4 kali sebanyak 30 orang atau 40,5%.

Adapun data mengenai persepsi koresponden dalam menggunakan produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung:

Tabel 3.10
Hasil Pengelempokan Persepsi Responden

Persepsi Responden			
NO	Persepsi	Jumlah	Persentase
1	Memuaskan	74	100%
2	Tidak Memuaskan	0	0%
TOTAL		74	100%

Sumber: Data diolah spss 17

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 74 responden, jumlah persepsi responden dalam menggunakan produk gadai emas sebanyak 74 orang atau 100% dengan persepsi Memuaskan sedangkan persepsi Tidak Memuaskan sebanyak 0 atau 0%.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validasi

Uji Validasi menunjukkan sejauh mana ketepatan, kesesuai atau kecocokan suatu alat untuk mengukur butiran-butiran dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable, untuk memustuskan apakah instrumen tersebut valid atau tidak, besarnya korelasi (r hitung) tersebut dibandingkan dengan r tabel, dengan taraf signifikan 5% dengan rumus perbandingan berikut :

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$

b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Dalam penelitian menggunakan jumlah responden 74 maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degree of

freadom)= $n-2$, jadi $df= 74-2 = 72$, maka $r \text{ tabel} = 0.228$. berikut hasil pengujian validasi spss 17.0

Tabel 3.11
Hasil uji validasi Variable Nilai Taksiran (X1)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r Tabel 5%	Hasil
X1.1	0,335	0,228	Valid
X1.2	0,420	0,228	Valid
X1.3	0,542	0,228	Valid
X1.4	0,514	0,228	Valid
X1.5	0,461	0,228	Valid

Sumber: Data diolah spss 17

Variable Nilai Taksiran terdiri ata 5 butir pernyataan, dari ke 5 butiran pernyataan adalah valid ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dari 74 sampel responden.

Tabel 3.12
Hasil uji validasi Variable Promosi (X2)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r Tabel 5%	Hasil
X2.1	0,527	0,228	Valid
X2.2	0,244	0,228	Valid
X2.3	0,548	0,228	Valid
X2.4	0,658	0,228	Valid
X2.5	0,589	0,228	Valid

Sumber: Data diolah spss 17

Hasil uji validasi variable Promosi diatas yenga terdiri dari 5 pertanyaan semua dinyatakan valid dari 74 sample responden.

Tabel 3.13
Hasil uji validasi Variable Kualitas Pelayanan (X3)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r Tabel 5%	Hasil
X3.1	0,514	0,228	Valid
X3.2	0,758	0,228	Valid
X3.3	0,779	0,228	Valid
X3.4	0,695	0,228	Valid
X3.5	0,536	0,228	Valid

Sumber: Data diolah spss 17

Hasil uji validasi variable kualitas pelayanan diatas menunjukkan bahwa dari total 5 pertanyaa menunjukkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hal ini menunjukkan bahwa semua item kualitas pelayanan valid.

Tabel 3.14
Hasil uji validasi Variable Keputusan Nasabah (Y)

Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r Tabel 5%	Hasil
Y1	0,368	0,228	Valid
Y2	0,410	0,228	Valid
Y3	0,323	0,228	Valid
Y4	0,448	0,228	Valid
Y5	0,495	0,228	Valid
Y6	0,487	0,228	Valid

Sumber: Data diolah spss 17

Hasil uji validasi terhadap keputusan nasabah diatas menunjukkan bahwa dari butiran 6 pertanyaan menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel bahwa semua item dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas hanya dapat dilakukan setelah instrumen telah dipastikan validitasnya. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan tingkat reliabilitas yang konsisten dengan menguku koefisien *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 17.0. nilai *Alpha* bervariasi dari 0-1, suatu pertanyaan dapat dikategorikan reliable jika :

- a. Hasil *Alpha Cronbach* > 0,60 = reliable
- b. Hasil *Alpha Cronbach* < 0,60 = tidak reliable

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan spss dari semua variable penelitian ini :

Tabel 3.15
Hasil Uji Reabilitas

Variable	Cronbach's Alpha variable	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Nilai Taksiran (X1)	0,697	>0,60	5	Reliable
Promosi (X2)	0,731	>0,60	5	Reliable
Kualitas Pelayanan (X3)	0,846	>0,60	5	Reliable
Keputusan Nasabah (Y)	0,685	>0,60	6	Reliable

Sumber: Data diolah spss 17

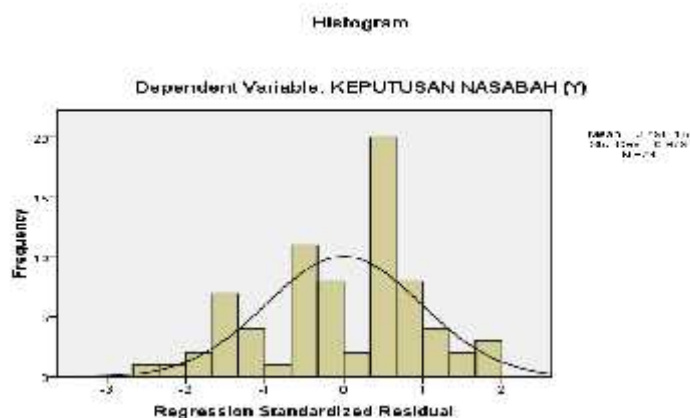
Tabel diatas menunjukkan nilai cronbach's alpha atas variable Nilai Taksiran, promosi, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan nasabah dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuisisioner semua variable ini reliable karena mempunyai nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajaukan kembali akan memperoleh jawaban relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variable yang digunakan dalam penelitian. Uji normalitas digunakan apakah data-data dalam variable pada penelitian ini terdistribusi normal atau tidak. Untuk menganalisis data yang akan diuji yaitu dengan analisis grafik.

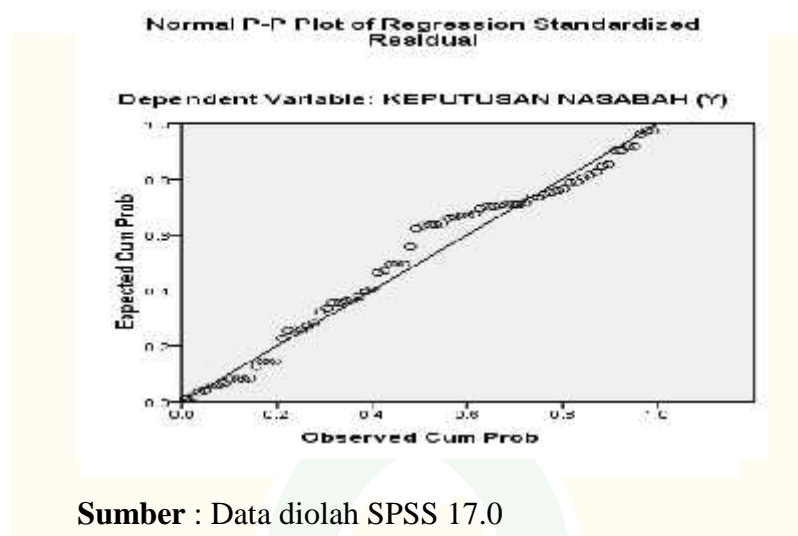
Gambar 3.2
Uji Normalitas



Sumber: Data diolah Spss 17.0

Dari hasil output histogram diatas terlihat bahwa kurva *dependents* dan *regression standardized residual* memebentuk gambar lonceng bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Gambar 3.3
Uji Normalitas



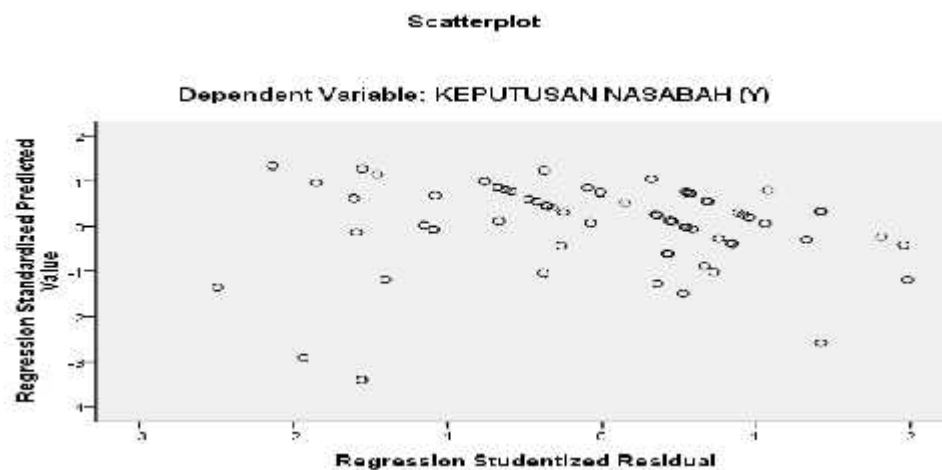
Sumber : Data diolah SPSS 17.0

Berdasarkan tampilan Normal P-P *Plot of Rregression Regression Standarized residual* terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar diagonal maka data-data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedatisitas

Heterokodatisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. cara memprediksi ada tidaknya heterokedasisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scaterplot. Yaitu jika ploting titik menyebabkan diatas dan dibawah, titik-titik data tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik data tidak memebentuk pola bergelombang. Berikut adalah hasil uji heteroskedatisitas dengan menggunakan spss :

Gambar 3.4
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS 17.0

Analisis output scatterplot :

Berdasarkan hasil pengujian diatas, dapat dilihat pada garifik scatterplot, titik menyebab diatas dan dibawah, titik-titik data tidak hanya mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang.

c. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dengan menggunakan VIF diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variable independen yang memiliki kemiripan anta variable independen dalam satu model. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variable bebas. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan metode variance Inflation Faktor (VIF) dengan nilai tolerance dapat dilakukan tidak ada gejala multikolinieritas, jika VIF 1-10 dan nilai tolerance $> 0,10$. Berikut hasil pengujian multikolinieritas.

Tabel 3.16
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics		
		Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.141		
	NILAI TAKSIRAN (X1)	.000	.774	1.293
	PROMOSI (X2)	.000	.760	1.315
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.133	.976	1.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Sumber : Data diolah SPSS

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji multikolinearitas menghasilkan VIF untuk ketiga variable bebas yaitu variable nilai taksiran (X1) sebesar 1,293 dengan nilai *tolerance* 0,774. Variable promosi (X2) sebesar 1,315 dan nilai *tolerance* 0,760 dan nilai untuk variable kualitas pelayanan (X3) sebesar 1,025 dengan nilai *tolerance* 0,976. Semua variable tersebut nilai VIF masih diantara 10 dengan nilai *tolerance* diatas 0,10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda ialah digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variable independen terhadap satu variable dependen.

Berikut adalah hasil perhitungan linier regresi berganda antara nilai taksiran, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dengan bantuan spss.

Tabel 3.17
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.341	4.257		1.489	.141
	NILAI TAKSIRAN (X1)	,732	,127	,630	5.764	.000
	PROMOSI (X2)	,425	,098	,477	4.326	.000
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	-,130	,086	-,148	-1.519	.133

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Sumber : Data diolah SPSS

Dari hasil pengujian diatas dapat dilihat bahwa persamaan model regresi linier berganda adalah :

$$Y = 6,341 + 0,732 X_1 + 0,425 X_2 - 0,130 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah

X1 = Nilai Taksiran

X2 = Promosi

X3 = Kualitas Pelayanan

e = Standar Error

Dari perhitungan SPSS diatas memberikan pengertian bahwa :

- a. Nilai Konstanta (α) sebesar 6,341 menyatakan bahwa jika nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayanan konstan (tetap), maka keputusan nasabah adalah sebesar 6,341
- b. Nilai β_1 sebesar 0,732 menyatakan bahwa jika nilai taksiran (X_1) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable keputusan nasabah (Y) bertambah sebesar 0,732 dengan asumsi nilai variable lain tetap.
- c. Nilai β_2 sebesar 0,425 menyatakan bahwa jika promosi (X_2) mengalami kenaikan satu satuan, maka variable keputusan nasabah (Y) bertambah sebesar 0,425 dengan asumsi nilai variable lain tetap.
- d. Nilai β_3 sebesar -0,130 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan (X_3) mengalami kenaikan satu satuan, maka akan mengakibatkan variable keputusan nasabah (Y) berkurang sebesar -0,130 dengan asumsi nilai variable lain tetap.

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel berikut :

Tabel 3.18
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.326	1.820

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), NILAI TAKSIRAN (X1), PROMOSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Sumber :Data diolah SPSS 17.0

Berdasarkan uji koefisien determinasi tabel diatas, nilai *Adjust R square* adalah 0,326, yang memiliki arti bahwa nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayan berpengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 32,6%, sedangkan sisanya sebesar 67,4% (100%-32,6%) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui secara individu pengaruh satu variable independen terhadap variable dependen. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variable dependen dapat dilihat pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, dapat disimpulkan bahwa variable independen berpengaruh secara parsial terhadap variable dependen. Sedangkan jika nilai $t_{hitung} > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen tidak

berpengaruh secara parsial. Dengan menggunakan sample 74 responden dengan $df = n - k$ atau $74 - 4 = 70$ dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,669. Uji hipotesis secara parsial dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.19
Analisi Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.341	4.257		1.489	.141
NILAI TAKSIRAN (X1)	,732	,127	,630	5.764	.000
PROMOSI (X2)	,425	,098	,477	4.326	.000
KUALITAS PELAYANAN (X3)	-,130	,086	-,148	-1.519	.133

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Sumber : Data diolah SPSS 17.0

1. Uji hipotesis

1. H_0 : $b_1 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Nilai Taksiran terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

H_1 : $b_1 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Nilai Taksiran (X1), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

2. $H_0 : b_2 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Promosi (X_2) terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

$H_2 : b_2 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Promosi (X_2), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

3. $H_0 : b_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh secara Parsial variable Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

$H_3 : b_3 \neq 0$ terdapat pengaruh secara Parsial variable Kualitas Pelayanan (X_3), terhadap Keputusan Nasabah Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Dari tabel diatas atas terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis tentang nilai taksiran (X_1) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $5,764 > 1,669 t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Artinya, ada pengaruh secara parsial nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Pengujian hipotesis promosi (X_2) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,326 > 1,669 t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima. Artinya, ada pengaruh secara parsial promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X_3) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-1,519 < 1,669 t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,133 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak. Artinya, tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP

Jember Balung

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengathui apakah seluruh variable bebas yang diteliti secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variable terikat. Syarat diterimanya hipotesis uji F, apabila nilai $F_{hitung} > F$ atau taraf signifikasinya $< 0,05$, maka H_4 diterima dan hipotesis H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen berpengaruh secara simultan terhadap variable dependen. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F$ atau taraf signifikasinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_2 ditolak, sehingga variable independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable dependen. Dengan jumlah sampel sebanyak 74, maka $df_1 = k-1$, $df = n-k$ ($4-1= 3$. $74-4= 70$) maka F tabel sebesar 2,74. Berikut uji hipotesis secara simultan dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3.20
Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	126.901	3	42.300	12.764	.000 ^a

Residual	231.977	70	3.314	
Total	358.878	73		

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), NILAI TAKSIRAN (X1), PROMOSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Sumber : Data diolah spss 17.0

Dengan Hipotesis :

1. $H_0 : b_1, b_2, b_3 = 0$ tidak terdapat pengaruh antara Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara Simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.
2. $H_4 : b_1, b_2, b_3 \neq 0$ terdapat pengaruh antara Nilai Taksiran (X1), Promosi (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara Simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 12,764 > F_{tabel} 2,74$, maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji F disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh secara simultan antara variable independen nilai taksiran (X₁) promosi (X₂) dan kualitas pelayanan (X₃) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian tentang nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emasi di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Analisis dan Interpretasi secara parsial

a. Pengaruh nilai taksiran terhadap keputusan nasabah

Rambat Lupoyadi dan Hamdani juga mengungkapkan bahwa harga taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa pegadaian. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan dari produk dan jasa mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhan.⁷²

Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial antara nilai taksiran terhadap keputusan nasabah dilihat dari nilai signifikansi variable nilai taksiran (X_1) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar sebesar $5,764 > t$ tabel $1,666$, maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai taksiran merupakan faktor penting terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

⁷² Rambat Lupoyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2003), 70-71

Arifa Afriana (2016) yang menyatakan bahwa nilai taksiran berpengaruh positif secara parsial⁷³.

Nilai taksiran emas merupakan nilai emas yang diagunkan nasabah kepada bank. Sebelum menggadaikan emas setiap nasabah perlu mempertimbangkan dan memperhitungkan nilai taksiran dari emas yang digadaikan dan menyesuaikan dengan nilai kebutuhan. Semakin besar nilai taksiran yang diberikan bank terhadap emas/perhiasan yang akan dijaminkan maka akan semakin besar pula pinjaman yang dapat diperoleh nasabah demikian pula sebaliknya.⁷⁴ Hal ini yang akan menjadi pertimbangan nasabah dalam menggadaikan emas/perhiasan dibank. Nilai taksiran yang tinggi mampu mendorong keputusan nasabah menggunakan jasa gadai. Nasabah akan merespon positif apabila nilai yang dihasilkan produk mampu memenuhi manfaat bagi kebutuhan. Hal ini juga sejalan wawanacara kepada nasabah Hj. Sumiati bahwa nilai taksiran yang tinggi di PT. Bank syariah Mandiri KCP Jember Balung yang menjadi pertimbangan nasabah dalam menggadaikan emas dibandingkan dengan pegadaian lain selain itu proses dan pembiayaan yang diberikan relatif ringan dan mudah.

b. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah

⁷³ Arifah Afriana, *pengaruh nilai taksiran dan biaya ijarah terhadap keputusan nasabah melakukan gadai emas di pegadaian syariah cabang abdullah dg.sirua makassar*, (Skripsi S1 UIN Alaudin Makasar, 2016).

⁷⁴ Semawati, *Urgensi Nilai Taksiran terhadap Motivasi Nasabah dalam Transaksi Gadai Emas*, Jurnal Ilmiah Al Tsarwah, (Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone: 2019), 212

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, menyatakan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi variable promosi (X_2) adalah sebesar $0,000 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,326 > 1,666 t_{tabel}$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nita Ainul Khasanah (2014) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh positif⁷⁵.

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Berdasarkan hasil wawancara Maulana Fathur, *Group Head Pawning* PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung, bahwa promosi yang dilakukan memiliki pangsa pasar yang luas, mulai dari ibu-ibu rumah tangga, petani yang kekurangan modal tetapi memiliki emas yang berlimpah sehingga hal ini menjadi kesempatan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember balung dalam memperluas pangsa pasar, selain itu juga promosi dilakukan pada perkumpulan tupperware, paguyuban, sekolah-sekolah, pasar ikan (TPI) Puger, hingga ke masyarakat memiliki penghasilan menengah keatas seperti dokter maupun dosen, selain itu promosi yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri KCP jember balung dalam menarik masyarakat menggunakan bahasa yang efektif padat dan jelas dalam memperkenalkan produk gadai emas ke nasabah sesuai dengan produk

⁷⁵ Nita Ainul Khasanah, *Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas Di PT. Bank Bri Syariah KCP Gateway-Waru*, (skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2014).

yang ditawarkan. Metode promosi yang dilakukan PT. Bank Syariah juga dilakukan melalui spanduk, periklanan, sosial media, media cetak serta personal selling atau terjun langsung ke masyarakat memperkenalkan produk gadai emas. Sehingga promosi yang dilakukan PT. Bank Syariah dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas.

Promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatannya. Promosi berusaha agar demand tidak elastis. Promosi dapat membawa keuntungan bagi produsen maupun konsumen, misalnya konsumen membaca iklan, ia dapat membeli barang yang lebih murah dibandingkan ditoko lain sebaliknya produsen juga dapat bersaing dengan produsen lainnya sehingga terciptanya peningkatan penjualan dan mensatbilkan produksi. Selain itu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen lebih banyak dibeli dibandingkan merek-merek lain⁷⁶, termasuk produk gadai di PT. Bank Syariah mandiri memfokuskan pada kebutuhan nasabah apabila kekurangan modal usaha maupun kebutuhan lainnya sehingga terciptanya pembelian secara berulang-berulang, selain itu elemen-elemen promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas salah satunya yaitu dengan *advertising, personal selling, public relation* dan *sales promotion*.

⁷⁶ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 183

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah

Menurut Parasuraman terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima oleh pengguna (*perceived service*). Apabila yang diterima atau yang dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan pelayanan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayan tergantung pada penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.⁷⁷

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh Negatif terhadap keputusan nasabah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi Pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X_3) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-1,519 < 1,666 t_{tabel}$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,133 > 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Muhammad Anwar (2018) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif signifikansi.⁷⁸

⁷⁷Algifari, *Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan, Metode Importance Perfomance analysis (IPA) dan Model Kano*, (Yogyakarta:BPFE,2016).2

⁷⁸Muhammad Anwar, *Pengaruh Nilai Taksiran Agunan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil Di Baitul Maal Wa Tamwil*

Kualitas pelayanan bisa saja menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan tetapi bukan menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan. Karena observasi yang dilakukan oleh peneliti nasabah lebih menginginkan nilai taskiran yang tinggi yang dijadikan jaminan pembiayaan. Inilah yang menjadi kondisi kualitas pelayanan memiliki hasil yang negatif. Tetapi ada pula penelitian dari Rizka Ayunda Putri (2019) berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah.⁷⁹

2. Analisis dan Interpretasi secara Simultan Uji F

Berdasarkan hasil Uji F bahwa nilai taksiran, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan nasabah, hal ini terbukti dengan nilai signifikansi variable keputusan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 12,764 > F_{tabel} 2,74$ yang berarti secara bersama-sama seluruh variable independen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh Mohammad Samsul Arifin (2015) menyatakan bahwa keputusan nasabah dalam menggunakan produk Emas Tunai Hebat (ETH) solusi tunai Krian Sidoarjo dapat bertahan apabila didukung oleh beberapa hal dari pihak solusi tunai yang bersangkutan. Beberapa hal tersebut harus menjadi pembeda yang mampu mendorong

Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018)

⁷⁹ Rizka Ayunda Putri, *pengaruh Nilai Takasiran, Ujrah, lokasi, promosi, dan kualitas pelayan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah (Studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)*, (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019)

timbulnya keputusan nasabah menggunakan produk emas (ETH)⁸⁰. Beberapa hal tersebut berupa nilai taksiran yang tinggi, biaya-biaya yang terjangkau bagi nasabah, dan pelayanan yang baik yang menimbulkan rasa puas dalam menggunakan produk.

Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember balung bahwa setiap nasabah dalam menggunakan jasa gadai perlu mempertimbangkan nilai taksiran emas yang digadaikan sesuai dengan nilai kebutuhannya sebelum melakukan gadai emas. Selain faktor nilai taksiran, promosi dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk gadai emas di PT. Bank syariah Mandiri KCP Jember Balung. Hal ini dijelaskan menurut Buchari Alma mengatakan bahwa keputusan membeli dapat dipengaruhi dengan adanya pengaruh reklame atau alat promosi lainnya yang akhirnya akan menimbulkan pembelian produk dengan tujuan ingin memperoleh kepuasan dari barang atau produk yang dibelinya.⁸¹ Selanjutnya yaitu kualitas pelayanan baik tidaknya kualitas pelayanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna pelayanan secara konsisten, metode SERVQUAL membagi kualitas pelayanan kedalam lima dimensi yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al yaitu *Tangibels*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*. Apabila metode SERVQUAL dapat terealisasikan dengan baik maka

⁸⁰Mohammad Samsul Arifin, *pengaruh nilai taksiran, biaya-biaya dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk emas tunai hebat (eth) di Solusi tunai cabang krian sidoarjo*, (Skripsi S1 UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015).

⁸¹ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 105

kualitas pelayanan diprsepsikan baik dan memuaskan. Setiap penyelenggara baik sektor bisnis maupun pemerintah perlu melakukan perbaikan kualitas pelayanan dari waktu ke waktu⁸², begitu juga dengan PT. Bank Syariah Mandiri yang sudah memiliki pangsa pasar yang meluas tentunya perlu melakukan perbaikan kualitas pelayan. PT Bank Syariah juga memiliki pelayan pick up service yaitu apabila nasabah ingin melakukan pembayaran terhadap pembiayaan yang diberikan bisa menghubungi pihak pawning gadai sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan pembayaran.



⁸² Algifari, *Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan, Metode Importance Perfomance analysis (IPA) dan Model Kano*, (Yogyakarta:BPFE,2016),1-6.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh nilai taksiran, promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variable Nilai Taksiran (X_1) menunjukkan nilai t hitung sebesar $5,764 > 1,669$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial nilai taksiran terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.
2. Pengujian hipotesis promosi (X_2) menunjukkan nilai t hitung sebesar $4,326 > 1,669$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.
3. Pengujian hipotesis kualitas pelayanan (X_3) menunjukkan nilai t hitung sebesar $-1,519 < 1,669$ dan nilai signifikasinya sebesar $0,133 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa artinya, tidak ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

4. Berdasarkan hasil uji Simultan dapat disimpulkan bahwa variable nilai taksiran (X_1) , Promosi (X_2) dan Kualitas Pelayanan (X_3) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $12,764 > F$ tabel 2,74, maka sesuai dasar pengambilan keputusan dalam uji F disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain terdapat pengaruh secara simultan antara variable independen nilai taksiran (X_1) promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung.

B. Saran

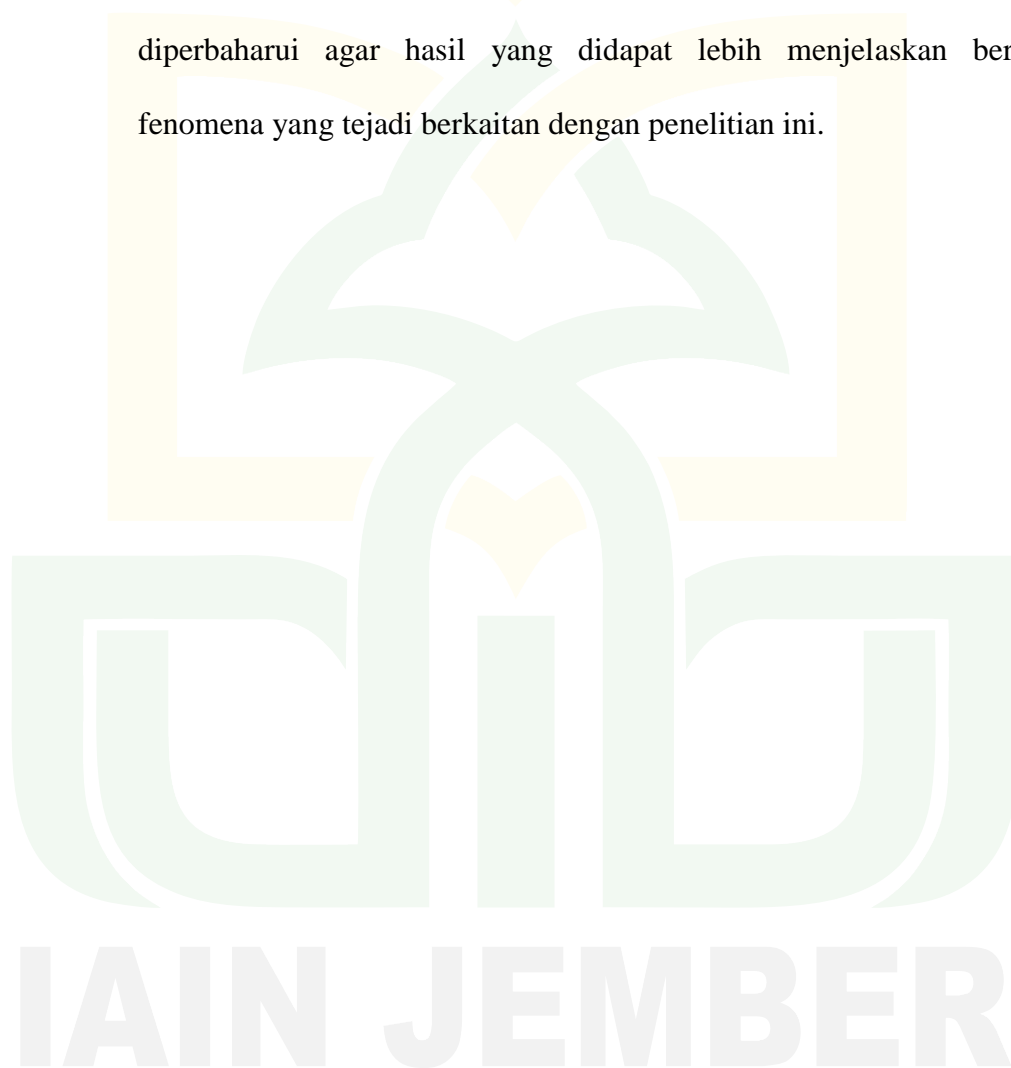
Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya. Terdapat beberapa saran agar kedepannya berguna dan dapat memberi manfaat kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya, faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung masih terbatas, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variable yang lebih varian lagi seperti biaya-biaya, pendapatan dan lain sebagainya.
2. Bagi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung diharapkan dapat mempertahankan nilai taksiran yang tinggi dan tidak memberatkan nasabah dari segi biaya administratif maupun biaya-biaya lainnya dan dapat memberikan kualitas pelayanan yang terbaik agar selalu loyal dalam menggunakan produk gadai emas dan bisa menambah outlet produk

gadai emas sehingga mudah dijangkau masyarakat serta bisa dikenal, baik dari produk yang berkualitas hingga kualitas pelayanan.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi tambahan bagi kepustakaan pihak kampus. Periode penelitian ini dapat diperpanjang atau diperbaharui agar hasil yang didapat lebih menjelaskan berbagai fenomena yang terjadi berkaitan dengan penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan dengan indeks kepuasan, Metode Importance Perfomance analysis (IPA) dan Model Kano*. Yogyakarta:BPFE.
- Alma, Buchari. 2015. *Pengantar Bisnis*. Bandung:Alfabet.
- Alma,Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.
- Aini, Qurrotul. 2017. *Kontribusi Praktik Gadai Emas Dalam Peningkatan Fee Based Income Bank Syariah Mandiri (Bsm) Kantor Area Jember*, (skripsi s1 iain jember)
- Arifin, Mohammad Samsul. 2015. *Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Emas Tunai Hebat (Eth) Disolusi Tunai Cabang Krian Sidoarjo*. Skripsi S1 UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Anita. 2015. *Pengaruh Jumlah Taksiran Dan Uang Pinjaman Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Tamalate Di Kota Makassar*. Skripsi S1 Universitas negri Makassar.
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen Bisnis Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Arbi, Syarif. 2013. *Lembaga: Perbankan, Keuangan, dan Pembiayaan*. Yogyakarta:BPFE.
- Afriana, Arifah.2016. *Pengaruh Nilai Taksiran Dan Biaya Ijarah Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Gadai Emas Di Pengadaian Syariah Cabang Abdullah Dg.Sirua Makassar*. (Skripsi S1 UIN Alaudin Makasar).
- Anzar Susanti, Deery. 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan, Dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah*,*Analytica Islamica*. Vol. 5, No. 2, 2016: 368-393. Tanjung Pura Sekolah Tinggi Agama Islam.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:PT Rineka Cipta.
- Anwar, Muhammad. 2018. *Pengaruh Nilai Taksiran Agunan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Pembiayaan Ba'i Bitsaman Ajil Di Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Cabang Ngemplak Tulungagung*, (Skripsi S1, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung).

Annual Report Bank Syariah Mandiri 2018

Fahrudin, Fajar Muhammad. 2015. *Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya.* (E-Jurnal of business and Banking Vol.5 No 1)

Fanny Nailufar, Sufitrayati. 2018. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Band Aceh.* (E-Jurnal Ekonomi Universitas Serambi Mekkah, Vol.2 Nomer 1)

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan.* Jakarta:Erlangga.

Gumilang, Rizky. 2019. *Pengaruh Transaksi Automated Teller Machine (ATM), Internet Banking dan Mobile Banking terhadap Fee Based Income.* Volume 5, No. 1. Bandung.

Ghazali, Imam.201. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS,* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

H. Muklis dan Risti Wulandari. *Pengaruh Produk Jasa Gadai (Rahn) Dengan Akad Qard Dan Ijarah Terhadap Kepeminatan Masyarakat Untuk Berbank Di Bank Syariah Mandiri.* (jurnal Islamic ekonomi dan perbankan syariah):1-27.

<https://www.mandirisyahiah.co.id/tentang-kami/sejarah> diakses senin, 23 Maret 2020

Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Strategi Bisnis Bank Syariah,* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Jabal. 2010. *Al-Qur'an Dan Terjemahan Untuk Wanita.* Bandung: Jabal.

Khasanah, Nita Ainul. 2014. *Pengaruh Promosi, Harga Taksiran Barang, Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah Non Muslim Dalam Pemilihan Produk Gadai Emas Di PT. Bank Bri Syariah KCP Gateway-Waru.* (Skripsi S1, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel).

Kasmir. 2003. *Etika Customer Service.* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Khasmir. 2014. *Lembaga Keuangan Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya.* Jakarta:Raja Grafindo Persada.

Leni Darwina, Damanhur. 2011. “*Pengaruh Jumlah Taksiran dan Uang Pinjaman terhadap Laba Bersih Pada Perum Pegadaian Syari'ah Kota Lhokseumawe*”, Jurnal Aplikasi Manajemen.

Lumintang, Milli Cindy. 2013. *Promosi Dan Customer Relationship Management Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Cabang Manado.* Vol.1 No.4.Universitas Sam Ratulangi.

- Latan, Hengk. 2013. *Analisis Multivariate : Teknik Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Llane keller, Philip Kotler. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maimunah, Siti. 2017. *Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi Dan Pelayanan Pegadaian Terhadap Pengembalian Pembiayaan Barang Gadai Emas Di Unit Cabang Pegadaian Syariah Ngaliyan Square Semarang*. (Skripsi (S-1), UIN Walisongo Semarang:
- Madamba Massie, Gracious.2014. “*Pengaruh Fee Based Income Dan Intellectual Capital Terhadap Profitabilitas Pada Industri Perbankan Di Bursa Efek Indonesia*”, volume 2 nomer 7:13-14.
- Nuha, Fadhila Uli. 2018. *Aanalisi Promosi, Lokasi Dan Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai (Rahn) Di Unit Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Cabang Solo Baru*. (Skripsi Iain Surakarta.
- <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/283>
- Syafii Antonio, Muhammad. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakara:Gema Insani.
- Pingkan, Nurhani.2018. *Analisis Pembiayaan Rahn Emas Terhadap Fee Based Income Di Bank Syariah (Studi Pada Bank Mandiri Syariah Cabang Kedaton Bandar Lampung)*. (Skripsi S1 UIN Raden Intan Lampung).
- Putri, Rizka Ayunda. 2019. *Pengaruh Nilai Takasiran, Ujrah, Lokasi, Promosi, Dan Kualitas Pelayan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)*. (Skripsi S1, Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga Yogyakarta)
- Rardjo, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Rardjo, Mugi. 2009. *Pemasaran Lembaga Keuangan/perbankan*. Surakarta: Lembaga Pengembangan pendidikan (LPP) UNS dan UPT Penerbitan dan Percetakan UNS (UNS Press).
- Rois, Muhammad Fahmi.2018. *Gadai Beraguanan Emas Dalam Hukum Ekonomi Syariah Di Indonesia*, Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum QISTIE Vol. 11 No. 1,(Universitas Diponegoro Semarang).
- Rahmat. 2000. *Fiqh Muamalah*. Bandung:CV Pustaka Setia.
- Sunarto, Ridwan dan. 2013. *Pengantar Statitika*. Bandung: alfabet.

- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung:Alfabeta.
- Semawati. 2019. *Urgensi Nilai Taksiran terhadap Motivasi Nasabah dalam Transaksi Gadai Emas*. Jurnal Ilmiah Al Tsarwah, (Program Magister Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone.
- Supinah. 2014. *Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Produk Gadai Emas Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Panam Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. (Skripsi S1, universitas islam negeri sultan syarif kasim pekanbaru: riau.
- Seftiani, Ayu. 2018. “*Pengaruh Nilai Taksiran, Biaya-Biaya, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Pada Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah KCP Raden Intan)*”. (Skripsi Program S1, UIN Raden Intan, Lampung.
- Tim Penyusun IAIN Jember. 2018. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*: IAIN Press.
- Umar, Husein. 2003. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ita Purnamasari

NIM : E20161047

Podi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut : IAIN Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “ Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung” adalah hasil penelitian/karya sendiri.

Bagian atau data tertentu yang saya peroleh dari perusahaan atau lembaga dan/atau saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai kaidah penulisan karya ilmiah.

Jember, 02 Juni 2020

Saya yang menyatakan



NIM. E20161047

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS	RUMUSAN MASALAH
Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung	Variabel Independen (X) 1. Nilai Taksiran (X1) 2. Promosi (X2) 3. Kualitas Pelayanan (X3) Variabel Dependen (Y) 1. Keputusan Nasabah (Y)	1. Nilai Taksiran (X1) a. Taksiran Emas yang dilakukan oleh Gerai Gadai Emas PT. Bank Syariah lebih tinggi dibandingkan yang lain b. Nilai Taksiran tidak terlalu rendah atau sesuai dari standar harga pembelian emas yang berlaku saat ini c. Jumlah dana yang diberikan sesuai ketentuan perusahaan d. Kesesuaian dalam penaksiran berat emas atau perhiasan yang digadaikan oleh nasabah	1. Sampel: 74 Nasabah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung-Jember 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1) Menggunakan metode penelitian kuantitatif 2) Menggunakan teknik analisis statistik 3) Lokasi di “PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung” 4) Teknik pengumpulan data: a. Kuesioner (angket) b. wawancara 5) Analisis data: a. Uji instrumen penelitian a) Uji validitas b) Uji reliabilitas b. Uji asumsi klasik a) Uji normalitas b) Uji Heteroskedastisitas c) Uji Multikoline	1. H ₁ : Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Jember Balung 2. H ₂ : Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Jember	1. Apakah Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ? 2. Apakah Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung ?

		<p>2. Promosi (X2)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Advertising b. Sales Promotion c. Public Relation d. Personal Selling <p>3. Kualitas Pelayanan (X3)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Tangibels b. Reliability c. Responsiveness d. Assurance e. Empathy <p>4. Keputusan Nasabah (Y)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan Kebutuhan b. Pencarian Informasi c. Evaluasi Alternatif d. Keputusan Pembelian 		<p>aritas</p> <ul style="list-style-type: none"> c. Analisis regresi linear berganda d. Uji koefisien Determinasi (R^2) e. Uji hipotesis <ul style="list-style-type: none"> a) Uji T (secara parsial) b) Uji F (secara simultan) <p>6) Jenis penelitian <i>field research</i></p> <p>7) Menggunakan teknik purposive sampling</p> <p>8) Teknik pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder</p>	Balung	
--	--	--	--	--	--------	--

JURNAL PENELITIAN

**Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Nasabah Menggunakan produk Gadai Emas di
PT. Bank Syariah KCP Jember Balung**

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1	7 Januari 2020	Menyerahkan surat izin penelitian	A
2	14 Februari 2020	Penerimaan izin penelitian	A
3	17 Februari 2019	Buat Janji dengan Pawning Gadai	A
4	9 Maret 2020	Penyebaran angket ke nasabah	A
5	26 Maret 2020	Wawancara dengan Ibu Hj. Sumiati Selaku Nasabah Gadai Emas	A
6	31 Maret 2020	Selesai Penyebaran Angket	A
5	1 April 2020	Wawancara dengan bapak Maulana Fathur. Selaku <i>Group Head Pawning</i> PT. Bank Syariah Mandiri KCP Jember Balung	A
6	7 April 2020	Wawancara dengan Bapak Arifin selaku <i>General Support Staff</i>	A
7	11 Mei 2020	Meminta surat keterangan selesai penelitian	A

Jember, 11 Mei 2020

a.n General Support Staff
PT. Bank Syariah KCP Jember
Balung


**mandiri
syariah**
Arifin KCP. JEMBER BALUNG



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B- 1062 /In.20/7.a/PP.00.9/12/2019
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan Bank Syariah Mandiri Kabupaten Jember
di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Ita Purnamasari
NIM : E20161047
Semester : VII
Program Studi : Perbankan Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
No Telpn : 089697119681
Dosen Pembimbing : Agung Parmono,SE.,M.Si
NIP : 197512162009121002
Judul Penelitian : Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Fee Based Income pada produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri Kcp Balung Jember

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 26 Desember 2019

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Rokhim
Abdul Rokhim

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH NILAI TAKSIRAN, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK GADAI EMASDI PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP BALUNG JEMBER

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya Ita Purnamasari mahasiswi Program Studi Ekonomi dan Bisnis Islam di Agama Islam Negeri Jember (IAIN Jember). memohon waktu Bapak/Ibu untuk mengisi angket yang berisi butir-butir pernyataan serta pertanyaan.

Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data guna menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember” sebagai syarat untuk menyelesaikan studi S1). Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak akan dinilai benar atau salah. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dimohon Bapak/Ibu memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Semua jawaban dan identitas Bapak/Ibu dijamin kerahasiannya. Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini, Saya ucapkan terimakasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Hormat Saya

(Ita Purnamasari)

IAIN JEMBER

A. Karakteristik Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut Saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
1. Usia Saudara saat ini:
 - a. <16 tahun
 - b. 16 – 25 tahun
 - c. 26 – 35 tahun
 - d. 36 – 45 tahun
 - e. >45 tahun
2. Pendidikan terakhir Saudara:
 - a. SD/ sederajat
 - b. SMP/ sederajat
 - c. SMU/sederajat
 - d. D3/S1/S2/S3
 - e. Lain-lainya
3. Pekerjaan Saudara saat ini:
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Wiraswasta
 - d. Karyawan Swasta
 - e. Lain-lain, sebutkan.....
4. Pendapatan Saudara dari profesi Saudara setiap bulan:
 - a. < 1.000.000
 - b. 1.000.000 – 2.500.000
 - c. 2.500.000 - 5.000.000
 - d. >5.000.000
5. Rata-rata pengeluaran untuk kebutuhan Saudara setiap bulan :
 - a. < 1.000.000
 - b. 1.000.000 – 2.500.000
 - c. 2.500.000 - 5.000.000
 - d. > 5.000.000
6. Sudah berapa lama Saudara menjadi nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember:
 - a. <1 tahun
 - b. 1 – 2 tahun
 - c. 3 – 4 tahun
 - d. >4 tahun
7. Berapa kali Saudara menggunakan Pembiayaan gadai emas syariah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember:
 - a. 1 kali
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. >4 kali
8. Bagaimana persepsi Saudara mengenai Pembiayaan Gadai Emas Syariah di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember:
 - a. Memuaskan
 - b. Tidak Memuaska

B. Pertanyaan

Berikan tanda centang () pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan persepsi Bapak/Ibu/Saudara.

Keterangan:

SS	S	RR	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

1. Nilai Taksiran (X1)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Nilai Taksiran yang diberikan PT. Bank Syariah KCP Balung Jember lebih tinggi dari pembiayaan gadai emas syariah di lembaga lainnya					
2	Nilai Taksiran di PT Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember tidak terlalu rendah atau sesuai dari standar harga pembelian emas yang berlaku saat ini					
3	Jumlah dana yang diberikan PT Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember sesuai dengan ketentuan perusahaan, yakni 80% dari nilai taksiran.					
4	PT Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember selalu sesuai dalam hal penaksiran karatase dan penaksiran berat emas					
5	Pada saat ini Nilai Taksiran Emas tinggi, saya menggadaikan di PT. Bank Mandiri Syariah					

2. Promosi (X2)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya mengetahui dan tertarik memilih produk gadai di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember melalui iklan di media cetak atau media elektronik					
2	Saya tertarik memilih produk gadai di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember karena pemberian cenderamata serta hadiah yang diberikan bank kepada nasabah.					
3	Saya tertarik memilih produk gadai di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember Karena publisitas yang dilakukan bank melalui kegiatan pameran lelang, bakti sosial dan kegiatan lain yang dilakukan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember					
4	Saya mengetahui produk gadai di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember melalui Pegawai Gadai Emas.					
5	Saya mengetahui informasi yang diberikan oleh Pegawai PT. Bank Mandiri Syariah tentang Gadai Emas					

3. Kualitas Pelayanan (X3)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember memberikan Fasilitas fisik, seperti ruangan yang nyaman, area parkir yang luas					
2	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember mampu memberikan pelayanan secara tepat dan akurat					
3	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember memberikan keinginan nasabah dan bersedia memberikan pelayanan yang terbaik					
4	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan dalam menyimpan emas					
5	PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember dapat memberikan perhatian kepada Nasabah					

4. Keputusan Nasabah (Y)

NO	PERNYATAAN	SS (5)	S (4)	RR (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya melakukan gadai emas karena produk gadai emas yang diberikan PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember sesuai kebutuhan saya					
2	Promosi dan informasi melalui media cetak, Iklan maupun pamlet yang dilakukan pihak PT. Bank Mandiri Syariah KCP Balung Jember mendorong saya menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember.					
3	Kesesuaian dalam penaksiran karatase dan berat emas/perhiasaan yang diberikan pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember mendorong saya menggunakan produk gadai emas PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember					
4	Prosedur pengajuan pembiayaan yang sangat mudah, cepat dan aman mendorong saya untuk menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember					
5	Pelayanan yang baik, cepat, dan dapat diandalkan mendorong saya menggunakan produk Gadai Emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember					
6	Nilai Taksiran tinggi yang diberikan pihak PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember mendorong saya menggunakan produk gadai emas di PT. Bank Syariah Mandiri KCP Balung Jember					

Karakteristik responden

NO	NAMA NASABAH	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN TERAKHIR	PEKERJAAN	PENDAPATAN	RATA-RATA PENGELUARAN/BULAN	LAMA WAKTU JADI NASABAH	PENGUNAAN PEMBIAYAAN GADAI	PERSEPSI
1	Salamah	2	5	3	3	4	4	4	4	1
2	Hamidah	2	4	3	3	4	3	4	3	1
3	Evi Astuti	2	4	3	3	4	3	3	3	1
4	Eni Hidayati	2	4	4	3	4	3	3	4	1
5	Dwi Apriliyanti	2	4	4	3	4	3	3	3	1
6	Dewi Maria	2	4	3	3	3	3	3	3	1
7	Budi Santoso	1	4	3	4	3	3	3	3	1
8	Budi Anwar	1	3	3	3	4	3	3	3	1
9	Bibit Irawati	2	4	3	3	3	3	3	2	1
10	Arifin	1	4	4	4	3	3	2	2	1
11	Anis Yuliana	2	4	4	3	4	3	4	4	1
12	Ana Fitri	2	4	3	3	4	3	3	4	1
13	Ami	2	4	3	4	3	3	3	3	1
14	Ahmad Gufron	1	5	4	3	4	4	4	4	1
15	Abdul Azis	1	4	3	3	4	4	2	3	1
16	Sulikah	2	5	3	4	3	3	3	3	1
17	Syamsiatun	2	4	3	3	4	3	4	4	1
18	Suliha	2	5	3	3	4	3	3	3	1
19	Siyami	2	5	3	3	4	4	3	3	1
20	Suhaeni	2	4	4	3	4	4	4	4	1
21	Rohana	2	4	4	3	4	4	4	4	1

22	Siti Kholifah	2	5	3	3	4	4	4	4	1
23	Sigit A.	1	4	4	3	4	4	2	2	1
24	Siti Hasanah	2	4	2	4	3	3	3	4	1
25	Noer Abdi	1	4	4	4	4	4	2	2	1
26	Nur Rohmah	2	4	4	3	4	4	3	4	1
27	Ninik E.	2	4	3	3	4	4	4	4	1
28	Nafidatul H.	2	4	4	3	4	4	4	4	1
29	Marwati	2	4	3	4	3	3	3	3	1
30	M. Nurul Huda	1	4	4	3	4	4	4	3	1
31	Junaili	2	5	2	3	4	4	3	3	1
32	Lusdiana	2	4	4	3	4	4	4	4	1
33	Lany Harjono	2	4	4	3	4	4	4	2	1
34	Iffah Maulida	2	4	4	3	4	4	3	3	1
35	Siyannah	2	5	2	3	4	4	4	4	1
36	Eka Yulia	2	4	3	3	4	4	3	3	1
37	Athor Hatta	1	4	3	3	4	4	2	3	1
38	Hartini	2	4	4	3	4	4	4	4	1
39	Misnati	2	5	3	3	4	4	4	4	1
40	Parti	2	5	3	3	4	4	3	4	1
41	Yoke Aji B.	1	3	4	4	4	3	4	4	1
42	Jumariah	2	4	1	3	4	2	4	4	1
43	Heni Melsandi	2	2	4	4	3	2	3	1	1
44	Muhammad Faiq	1	4	2	4	2	1	3	3	1
45	Noor Fajriana	2	4	3	3	3	2	2	4	1
46	Hasan Syahirul A.	1	4	2	5	3	2	2	3	1
47	Enni Fariyani	2	4	3	3	4	4	3	3	1

48	M. Faiq	1	4	4	4	3	3	2	2	1
49	Julaika	2	4	3	3	4	4	4	3	1
50	Amelia M.	2	3	4	2	2	2	2	2	1
51	Elok F.	2	4	4	3	4	4	4	4	1
52	Hj. Sumiati	2	5	3	3	4	4	4	4	1
53	Izzatul M.	2	4	3	4	2	2	2	2	1
54	Abdul Wafi	1	3	2	4	2	2	3	3	1
55	Nur Imamah	2	4	2	3	4	4	2	3	1
56	Aminah	2	4	3	3	4	4	3	4	1
57	Nanik Rusdah	2	4	3	4	2	2	1	1	1
58	Yuniar Agung	2	3	4	3	4	4	3	3	1
59	Siti Fatimah	2	4	4	3	4	4	2	3	1
60	Juwariyah	2	4	4	5	2	2	3	3	1
61	Umar fauzi	1	5	3	3	4	4	4	4	1
62	Lidya Alexandria	2	4	4	2	4	2	3	3	1
63	Muhammad Toyyib	1	5	3	3	4	4	4	4	1
64	Ashari	1	3	4	3	4	3	3	3	1
65	Hotimatus Sulaidah	2	5	1	5	2	1	3	3	1
66	Eko Yuliandi	1	5	2	5	2	1	2	2	1
67	Dina Safinah	2	4	3	3	4	2	4	3	1
68	Siti Munawaroh	2	3	4	3	4	2	4	4	1
69	Vindy Dwi	2	4	3	3	3	4	4	4	1
70	Ceko Jaenuwarta	1	5	2	5	2	1	2	3	1
71	Indriyani Pasopati	2	4	4	2	3	2	3	4	1

72	Sukartini	2	4	3	4	3	3	3	3	1
73	Sulistiyowati	2	5	3	5	3	2	2	3	1
74	Siyannah	2	3	3	3	4	4	4	4	1

IAIN JEMBER

Keterangan

1. Jenis Kelamin	1 = Laki - Laki	4. Pekerjaan	1 = Pelajar / Mahasiswa	7. penggunaan pembiayaan gadai emas	1= 1 kali
	2 = Perempuan		2 = Pegawai Negeri		2= 2 kali
2. Usia	1 = < 16 Tahun		3 = Wiraswasta		3= 3 kali
	2 = 16-25 Tahun		4 = Karyawan Swasta		4. > 4 kali
	3 = 26-35 Tahun		5 = Lain - lain	8. persepsi	1= memuaskan
	4 = 36 - 45 Tahun	5. Rata-Rata Pengeluaran	1= < 1.000.000		2= tidak memuaskan
	5 = > 45 Tahun		2= 1.000.000 - 2.500.000		
3. Pendidikan Terakhir	1 = SD / Sederajat		3= 2.500.000 - 5.000.000		
	2 = SMP / Sederajat		4= > 5.000.000		
	3 = SMU / Sederajat	6. lama waktu menjadi nasabah	1= < 1 tahun		
	4 = D3 / S1 / S2 / S3		2= 1-2 tahun		
	5 = Lain - Lain		3= 3-4 tahun		
			4= > 4 tahun		

Data Mentah hasil jawaban responden

1. VARIABLE NILAI TAKSIRAN (X1)

NO	Nama Nasabah	NILAI TAKSIRAN (X1)					JUMLAH
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	Salamah	4	4	5	5	4	22
2	Hamidah	4	4	4	4	5	21
3	Evi Astuti	5	5	5	4	5	24
4	Eni Hidayati	5	5	4	4	5	23
5	Dwi Apriliyanti	3	4	4	4	4	19
6	Dewi Maria	3	5	5	4	4	21
7	Budi Santoso	4	4	4	5	5	22
8	Budi Anwar	4	4	4	5	5	22
9	Bibit Irawati	4	4	4	4	4	20
10	Arifin	4	4	4	4	4	20
11	Anis Yuliana	4	4	4	5	4	21
12	Ana Fitri	4	4	5	4	4	21
13	Ami	4	4	4	4	4	20
14	Ahmad Gufron	4	4	4	4	5	21
15	Abdul Azis	4	4	5	4	4	21
16	Sulikah	5	4	4	4	5	22
17	Syamsiatun	4	4	4	5	4	21
18	Suliha	3	3	4	4	5	19
19	Siyami	4	3	4	4	5	20
20	Suhaeni	4	4	4	4	4	20
21	Rohana	5	4	3	4	4	20
22	Siti Kholifah	4	4	4	4	4	20
23	Sigit A.	4	4	4	4	4	20
24	Siti Hasanah	4	4	4	4	4	20
25	Noer Abdi	4	3	3	4	4	18
26	Nur Rohmah	3	3	3	3	3	15
27	Ninik E.	5	5	5	4	5	24
28	Nafidatul H.	4	4	4	4	4	20
29	Marwati	3	3	3	4	5	18
30	M. Nurul Huda	4	4	5	5	5	23
31	Junaili	4	4	5	5	4	22
32	Lusdiana	4	4	5	4	5	22
33	Lany Harjono	4	4	4	4	5	21

34	Iffah Maulida	4	4	5	5	5	23
35	Siyannah	4	4	4	4	4	20
36	Eka Yulia	3	4	4	4	4	19
37	Athor Hatta	4	5	5	4	4	22
38	Hartini	3	5	5	4	4	21
39	Misnati	3	3	3	3	3	15
40	Parti	4	4	4	4	5	21
41	Yoke Aji B.	4	4	5	5	5	23
42	Jumariah	3	3	4	4	5	19
43	Heni Melsandi	4	4	4	4	4	20
44	Muhammad Faiq	5	5	3	4	4	21
45	Noor Fajriana	4	4	4	4	4	20
46	Hasan Syahirul A.	4	4	4	4	4	20
47	Enni Fariyani	5	3	4	4	5	21
48	M. Faiq	4	4	4	4	4	20
49	Julaika	4	4	5	5	5	23
50	Amelia M.	4	4	5	4	5	22
51	Elok F.	4	4	4	5	5	22
52	Hj. Sumiati	4	3	3	4	4	18
53	Izzatul M.	3	3	3	3	3	15
54	Abdul Wafi	4	4	5	5	4	22
55	Nur Imamah	4	4	5	5	5	23
56	Aminah	4	4	4	5	4	21
57	Nanik Rusdah	3	4	4	4	4	19
58	Yuniar Agung	4	4	4	4	5	21
59	Siti Fatimah	4	4	4	4	4	20
60	Juwariyah	3	4	4	4	4	19
61	Umar fauzi	3	5	5	4	4	21
62	Lidya Alexandria	4	4	5	5	5	23
63	Muhammad Toyyib	3	4	4	4	4	19
64	Ashari	4	5	5	4	4	22
65	Hotimatus Sulaidah	3	5	5	4	4	21
66	Eko Yuliandi	4	4	4	5	5	22
67	Dina Safinah	4	4	5	5	5	23
68	Siti Munawaroh	4	4	4	4	4	20
69	Vindy dwi	4	4	4	5	4	21
70	Ceko Jaenuwarta	4	4	5	4	4	21
71	Indriyani Pasopati	5	4	4	4	4	21
72	Sukartini	4	4	4	4	5	21

73	Sulistiyowati	3	3	3	3	3	15
74	Siyannah	4	4	4	5	4	21

2. VARIABLE PROMOSI (X2)

NO	Nama Nasabah	PROMOSI (X2)					JUMLAH
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	Salamah	4	3	4	4	4	19
2	Hamidah	5	4	4	5	4	22
3	Evi Astuti	3	3	3	4	4	17
4	Eni Hidayati	3	3	3	3	3	15
5	Dwi Apriliyanti	4	5	5	5	5	24
6	Dewi Maria	4	4	4	4	4	20
7	Budi Santoso	4	3	4	4	4	19
8	Budi Anwar	4	4	3	4	4	19
9	Bibit Irawati	4	4	4	4	4	20
10	Arifin	5	5	4	5	5	24
11	Anis Yuliana	5	5	4	4	4	22
12	Ana Fitri	3	3	3	3	3	15
13	Ami	4	4	5	4	4	21
14	Ahmad Gufron	4	4	4	4	4	20
15	Abdul Azis	5	4	4	5	4	22
16	Sulikah	4	3	4	2	1	14
17	Syamsiatun	5	2	4	5	5	21
18	Suliha	5	4	4	5	5	23
19	Siyami	5	4	4	5	5	23
20	Suhaeni	4	2	4	4	4	18
21	Rohana	3	4	3	2	5	17
22	Siti Kholifah	4	5	4	4	4	21
23	Sigit A.	4	4	4	4	4	20
24	Siti Hasanah	5	5	4	4	4	22
25	Noer Abdi	5	4	5	5	5	24
26	Nur Rohmah	4	4	4	4	4	20
27	Ninik E.	3	3	3	4	4	17
28	Nafidatul H.	5	4	5	5	5	24
29	Marwati	5	5	5	5	5	25
30	M. Nurul Huda	5	3	4	4	4	20
31	Junaili	4	2	4	4	4	18
32	Lusdiana	4	4	4	5	4	21

33	Lany Harjono	5	2	4	5	4	20
34	Iffah Maulida	3	3	3	3	3	15
35	Siyannah	4	4	4	5	5	22
36	Eka Yulia	4	5	5	5	5	24
37	Athor Hatta	4	2	4	5	5	20
38	Hartini	4	4	4	4	4	20
39	Misnati	5	3	5	4	4	21
40	Parti	5	5	3	4	4	21
41	Yoke Aji B.	3	3	4	4	4	18
42	Jumariah	4	4	4	4	4	20
43	Heni Melsandi	4	4	3	5	5	21
44	Muhammad Faiq	4	3	5	4	5	21
45	Noor Fajriana	4	4	4	4	4	20
46	Hasan Syahirul A.	4	4	4	4	4	20
47	Enni Fariyani	3	3	4	4	4	18
48	M. Faiq	5	5	4	5	5	24
49	Julaika	4	4	4	4	4	20
50	Amelia M.	4	4	4	5	4	21
51	Elok F.	4	1	3	4	4	16
52	Hj. Sumiati	4	4	4	5	5	22
53	Izzatul M.	4	4	4	4	4	20
54	Abdul Wafi	3	3	4	4	4	18
55	Nur Imamah	3	3	3	4	4	17
56	Aminah	3	4	4	4	4	19
57	Nanik Rusdah	4	4	4	4	4	20
58	Yuniar Agung	5	4	4	3	3	19
59	Siti Fatimah	4	3	3	4	4	18
60	Juwariyah	4	3	4	4	4	19
61	Umar fauzi	4	4	3	3	3	17
62	Lidya Alexandria	4	4	3	3	3	17
63	Muhammad Toyib	4	5	5	5	5	24
64	Ashari	4	2	4	5	5	20
65	Hotimatus Sulaidah	4	4	4	4	4	20
66	Eko Yuliandi	4	3	4	4	4	19
67	Dina Safinah	3	4	3	3	3	16
68	Siti Munawaroh	5	4	4	5	5	23
69	Vindy dwi	5	4	4	4	4	21
70	Ceko Jaenuwarta	3	3	3	3	3	15

71	Indriyani Pasopati	4	4	5	4	4	21
72	Sukartini	4	4	4	4	4	20
73	Sulistiyowati	4	4	4	4	4	20
74	Siyannah	5	2	4	5	5	21

3. VARIABLE KUALITAS PELAYANAN

NO	Nama Nasabah	KUALITAS PELAYANAN (X3)					JUMLAH
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	Salamah	3	4	4	5	5	21
2	Hamidah	5	4	4	4	4	21
3	Evi Astuti	4	5	5	5	5	24
4	Eni Hidayati	5	5	4	4	4	22
5	Dwi Apriliyanti	5	4	4	5	5	23
6	Dewi Maria	4	5	5	5	5	24
7	Budi Santoso	4	5	5	5	5	24
8	Budi Anwar	4	4	5	5	4	22
9	Bibit Irawati	4	4	5	4	4	21
10	Arifin	5	4	4	4	4	21
11	Anis Yuliana	5	5	5	5	5	25
12	Ana Fitri	4	3	3	3	4	17
13	Ami	5	5	5	5	5	25
14	Ahmad Gufron	4	4	5	5	5	23
15	Abdul Azis	4	4	5	5	5	23
16	Sulikah	5	4	5	5	5	24
17	Syamsiatun	4	4	4	4	4	20
18	Suliha	5	4	4	5	5	23
19	Siyami	5	5	5	5	5	25
20	Suhaeni	4	5	5	5	5	24
21	Rohana	4	5	5	5	5	24
22	Siti Kholifah	4	4	4	5	5	22
23	Sigit A.	4	4	4	4	4	20
24	Siti Hasanah	4	4	4	5	5	22
25	Noer Abdi	5	4	4	4	4	21
26	Nur Rohmah	5	5	5	5	5	25
27	Ninik E.	4	5	5	5	5	24
28	Nafidatul H.	4	5	5	5	5	24
29	Marwati	5	4	5	5	4	23

30	M. Nurul Huda	5	5	5	4	4	23
31	Junaili	3	3	4	4	4	18
32	Lusdiana	4	4	5	5	5	23
33	Lany Harjono	4	4	4	3	3	18
34	Iffah Maulida	4	4	5	5	5	23
35	Siyannah	5	5	5	4	5	24
36	Eka Yulia	4	4	4	5	5	22
37	Athor Hatta	5	5	5	4	4	23
38	Hartini	5	5	5	5	5	25
39	Misnati	4	4	4	4	4	20
40	Parti	4	4	4	5	5	22
41	Yoke Aji B.	4	4	4	4	5	21
42	Jumariah	5	5	5	5	5	25
43	Heni Melsandi	4	4	4	4	4	20
44	Muhammad Faiq	4	4	4	4	4	20
45	Noor Fajriana	3	3	4	4	4	18
46	Hasan Syahirul A.	4	4	5	5	5	23
47	Enni Fariyani	4	4	4	5	5	22
48	M. Faiq	4	4	4	4	4	20
49	Julaika	3	5	5	4	5	22
50	Amelia M.	5	5	5	5	5	25
51	Elok F.	4	4	5	5	5	23
52	Hj. Sumiati	4	4	4	4	4	20
53	Izzatul M.	4	4	4	4	4	20
54	Abdul Wafi	4	4	4	4	5	21
55	Nur Imamah	3	3	3	4	4	17
56	Aminah	4	4	4	3	3	18
57	Nanik Rusdah	3	3	3	3	5	17
58	Yuniar Agung	4	4	4	4	4	20
59	Siti Fatimah	5	5	5	5	5	25
60	Juwariyah	4	4	3	4	5	20
61	Umar fauzi	5	5	5	5	5	25
62	Lidya Alexandria	3	3	3	4	4	17
63	Muhammad Toyyib	4	3	4	5	4	20
64	Ashari	3	3	3	4	4	17
65	Hotimatus Sulaidah	5	5	5	5	5	25
66	Eko Yuliandi	3	4	3	3	5	18
67	Dina Safinah	3	3	4	4	4	18
68	Siti Munawaroh	5	4	4	4	4	21

69	Vindy dwi	5	5	5	5	5	25
70	Ceko Jaenuwarta	4	3	3	3	4	17
71	Indriyani Pasopati	5	5	5	5	5	25
72	Sukartini	4	4	5	5	5	23
73	Sulistiyowati	5	5	5	5	5	25
74	Siyannah	4	4	4	4	4	20

4. VARIABLE KEPUTUSAN NASABAH (Y)

NO	Nama Nasabah	KEPUTUSAN NASABAH (Y)						JUMLAH
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	Salamah	4	4	4	5	5	5	27
2	Hamidah	4	4	5	4	4	4	25
3	Evi Astuti	5	5	5	5	5	4	29
4	Eni Hidayati	5	4	5	4	5	5	28
5	Dwi Apriliyanti	4	5	4	5	4	5	27
6	Dewi Maria	4	4	5	4	4	4	25
7	Budi Santoso	4	4	5	5	5	5	28
8	Budi Anwar	4	4	4	5	5	5	27
9	Bibit Irawati	5	5	5	5	5	5	30
10	Arifin	5	5	5	4	5	5	29
11	Anis Yuliana	5	4	5	5	5	5	29
12	Ana Fitri	5	4	4	5	5	4	27
13	Ami	5	4	5	5	5	5	29
14	Ahmad Gufron	5	5	4	4	5	5	28
15	Abdul Azis	4	5	4	5	4	5	27
16	Sulikhah	4	4	4	3	3	3	21
17	Syamsiatun	5	4	5	5	5	4	28
18	Suliha	5	5	4	5	5	4	28
19	Siyami	5	5	5	5	5	5	30
20	Suhaeni	3	4	3	3	5	5	23
21	Rohana	5	4	4	4	5	4	26
22	Siti Kholifah	5	5	4	5	5	4	28
23	Sigit A.	4	4	4	4	4	4	24
24	Siti Hasanah	5	5	5	5	5	5	30
25	Noer Abdi	5	5	4	5	5	4	28
26	Nur Rohmah	4	2	3	4	4	3	20
27	Ninik E.	5	5	5	5	5	4	29
28	Nafidatul H.	4	5	5	5	5	5	29

29	Marwati	5	5	4	5	4	4	27
30	M. Nurul Huda	4	4	5	5	5	5	28
31	Junaili	4	4	5	5	5	5	28
32	Lusdiana	5	4	4	5	4	5	27
33	Lany Harjono	4	4	5	4	4	4	25
34	Iffah Maulida	4	5	4	5	5	5	28
35	Siyahah	4	3	5	5	5	4	26
36	Eka Yulia	4	5	4	5	4	5	27
37	Athor Hatta	4	4	5	5	4	4	26
38	Hartini	4	4	5	4	4	4	25
39	Misnati	4	4	4	4	5	5	26
40	Parti	5	5	4	5	5	5	29
41	Yoke Aji B.	5	5	5	5	5	5	30
42	Jumariah	5	5	4	5	5	5	29
43	Heni Melsandi	4	5	5	5	5	5	29
44	Muhammad Faiq	5	5	4	5	5	4	28
45	Noor Fajriana	5	4	5	5	5	5	29
46	Hasan Syahirul A.	5	4	4	4	5	4	26
47	Enni Fariyani	5	5	5	5	5	5	30
48	M. Faiq	4	4	4	5	5	4	26
49	Julaika	5	4	4	4	4	4	25
50	Amelia M.	5	4	4	5	4	5	27
51	Elok F.	4	4	4	5	5	5	27
52	Hj. Sumiati	5	5	4	5	5	3	27
53	Izzatul M.	4	2	3	4	4	3	20
54	Abdul Wafi	5	4	4	5	5	5	28
55	Nur Imamah	4	5	5	4	4	5	27
56	Aminah	5	4	5	5	5	5	29
57	Nanik Rusdah	5	3	5	5	5	5	28
58	Yuniar Agung	5	5	4	4	5	5	28
59	Siti Fatimah	4	3	5	5	5	4	26
60	Juwariyah	4	5	4	5	4	5	27
61	Umar fauzi	4	4	5	4	4	4	25
62	Lidya Alexandria	4	4	4	5	5	5	27
63	Muhammad Toyyib	4	5	4	5	4	5	27
64	Ashari	4	4	5	5	4	4	26
65	Hotimatus Sulaidah	4	4	5	4	4	4	25
66	Eko Yuliandi	4	4	5	5	5	5	28

67	Dina Safinah	4	4	4	5	5	5	27
68	Siti Munawaroh	5	5	5	4	5	5	29
69	Vindy dwi	5	4	5	5	5	5	29
70	Ceko Jaenuwarta	5	4	4	5	5	4	27
71	Indriyani Pasopati	5	3	5	5	5	5	28
72	Sukartini	5	5	4	4	5	5	28
73	Sulistiyowati	4	2	3	4	4	3	20
74	Siyannah	5	4	5	5	5	4	28



OUTPUT SPSS

1. Hasil Uji Validasi

1) Nilai Taksiran (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.70	2.705	.335	.695
X1.2	16.61	2.625	.420	.661
X1.3	16.41	2.217	.542	.606
X1.4	16.39	2.516	.514	.624
X1.5	16.27	2.474	.461	.644

2) Promosi (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.84	4.302	.527	.673
X2.2	16.28	4.507	.244	.802
X2.3	16.01	4.479	.548	.671
X2.4	15.78	3.843	.658	.617
X2.5	15.81	4.046	.589	.647

3) Kualitas Pelayanan (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	17.57	4.468	.514	.852
X3.2	17.57	3.920	.758	.785
X3.3	17.41	3.833	.779	.778
X3.4	17.32	4.113	.695	.803
X3.5	17.22	4.747	.536	.843

4) Keputusan Nasabah (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	22.54	3.868	.368	.659
Y2	22.78	3.268	.410	.653
Y3	22.61	3.803	.323	.674
Y4	22.38	3.718	.448	.635
Y5	22.36	3.714	.495	.624
Y6	22.53	3.403	.487	.618

2. Uji Reabilitas

1) Nilai Taksiran (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	74	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	5

2) Promosi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	74	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

3) Kualitas Pelayanan (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	74	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

4) Keputusan Nasabah (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	74	100.0

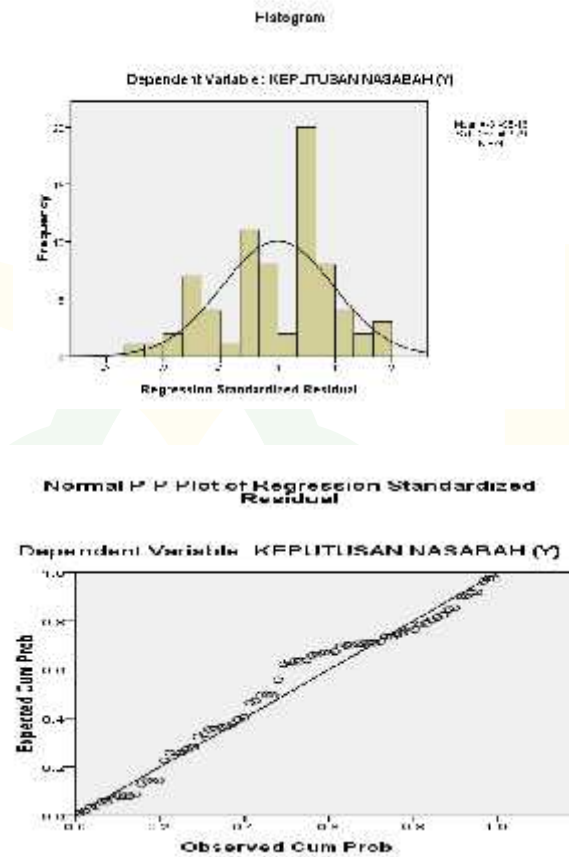
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

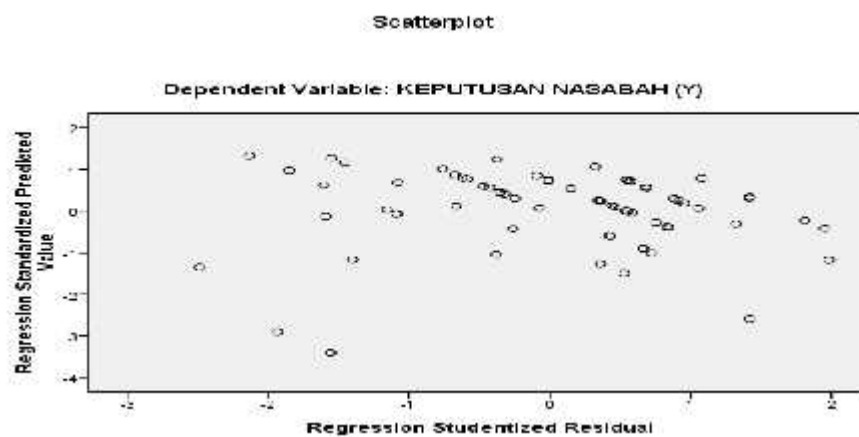
Cronbach's Alpha	N of Items
.685	6

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas



2) Uji Heterokoskostatitas



3) Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.141		
	NILAI TAKSIRAN (X1)	.000	.774	1.293
	PROMOSI (X2)	.000	.760	1.315
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	.133	.976	1.025

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

4. Analisa Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.341	4.257		1.489	.141
	NILAI TAKSIRAN (X1)	,732	,127	,630	5.764	.000
	PROMOSI (X2)	,425	,098	,477	4.326	.000
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	-,130	,086	-,148	-1.519	.133

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.326	1.820

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), NILAI TAKSIRAN (X1), PROMOSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

6. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.341	4.257		1.489	.141
	NILAI TAKSIRAN (X1)	.732	.127	.630	5.764	.000
	PROMOSI (X2)	.425	.098	.477	4.326	.000
	KUALITAS PELAYANAN (X3)	-.130	.086	-.148	-1.519	.133

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)

2) Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126.901	3	42.300	12.764	.000 ^a
	Residual	231.977	70	3.314		
	Total	358.878	73			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN (X3), NILAI TAKSIRAN (X1), PROMOSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN NASABAH (Y)



TABEL R
(51-80)

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.00
51	0.228	0.270	0.318	0.350	0.439
52	0.226	0.268	0.315	0.347	0.435
53	0.224	0.265	0.312	0.344	0.431
54	0.222	0.263	0.310	0.341	0.428
55	0.220	0.260	0.307	0.338	0.424
56	0.218	0.258	0.304	0.335	0.421
57	0.216	0.256	0.302	0.332	0.417
58	0.214	0.254	0.299	0.330	0.414
59	0.212	0.252	0.297	0.327	0.411
60	0.210	0.250	0.294	0.324	0.407
61	0.209	0.248	0.292	0.322	0.404
62	0.207	0.246	0.290	0.319	0.401
63	0.205	0.244	0.288	0.317	0.398
64	0.204	0.242	0.285	0.315	0.395
65	0.202	0.240	0.283	0.312	0.393
66	0.201	0.238	0.281	0.310	0.390
67	0.199	0.236	0.279	0.308	0.387
68	0.198	0.235	0.277	0.306	0.385
69	0.196	0.233	0.275	0.303	0.382
70	0.195	0.231	0.273	0.301	0.379
71	0.194	0.230	0.271	0.299	0.377
72	0.192	0.228	0.270	0.297	0.374
73	0.191	0.227	0.268	0.295	0.372
74	0.190	0.225	0.266	0.293	0.370
75	0.188	0.224	0.264	0.291	0.367
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365
77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
78	0.185	0.219	0.259	0.286	0.361
79	0.184	0.218	0.258	0.284	0.358
80	0.182	0.217	0.256	0.283	0.356

**TABEL T
(41-80)**

Pr	0.2	0.1	0.0	0.02	0.0	0.00	0.00
Df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.0	0.01	0.00
41	0.6805	1.3025	1.6828	2.0195	2.4208	2.7011	3.3012
42	0.6803	1.3020	1.6819	2.0180	2.4184	2.6980	3.2959
43	0.6802	1.3015	1.6810	2.0166	2.4162	2.6951	3.2908
44	0.6801	1.3010	1.6802	2.0153	2.4141	2.6922	3.2860
45	0.6799	1.3006	1.6794	2.0141	2.4121	2.6895	3.2814
46	0.6798	1.3002	1.6786	2.0129	2.4101	2.6870	3.2771
47	0.6797	1.2998	1.6779	2.0117	2.4083	2.6845	3.2729
48	0.6796	1.2994	1.6772	2.0106	2.4065	2.6822	3.2689
49	0.6795	1.2990	1.6765	2.0095	2.4048	2.6799	3.2650
50	0.6794	1.2987	1.6759	2.0085	2.4032	2.6777	3.2614
51	0.6793	1.2983	1.6752	2.0075	2.4017	2.6757	3.2578
52	0.6792	1.2980	1.6746	2.0066	2.4002	2.6737	3.2545
53	0.6791	1.2977	1.6741	2.0057	2.3987	2.6718	3.2512
54	0.6790	1.2974	1.6735	2.0048	2.3974	2.6699	3.2481
55	0.6789	1.2971	1.6730	2.0040	2.3960	2.6682	3.2451
56	0.6789	1.2968	1.6725	2.0032	2.3948	2.6665	3.2422
57	0.6788	1.2965	1.6720	2.0024	2.3935	2.6648	3.2394
58	0.6787	1.2963	1.6715	2.0017	2.3923	2.6632	3.2368
59	0.6786	1.2960	1.6710	2.0010	2.3912	2.6617	3.2342
60	0.6786	1.2958	1.6706	2.0003	2.3901	2.6602	3.2317
61	0.6785	1.2955	1.6702	1.9996	2.3890	2.6588	3.2293
62	0.6784	1.2953	1.6698	1.9989	2.3880	2.6574	3.2269
63	0.6784	1.2951	1.6694	1.9983	2.3870	2.6561	3.2247
64	0.6783	1.2949	1.6690	1.9977	2.3860	2.6548	3.2225
65	0.6782	1.2947	1.6686	1.9971	2.3851	2.6536	3.2204
66	0.6782	1.2945	1.6682	1.9965	2.3841	2.6523	3.2183
67	0.6781	1.2943	1.6679	1.9960	2.3833	2.6512	3.2163
68	0.6781	1.2941	1.6675	1.9954	2.3824	2.6500	3.2144
69	0.6780	1.2939	1.6672	1.9949	2.3816	2.6489	3.2126
70	0.6780	1.2937	1.6669	1.9944	2.3808	2.6479	3.2107
71	0.6779	1.2935	1.6666	1.9939	2.3800	2.6468	3.2090
72	0.6779	1.2934	1.6662	1.9934	2.3792	2.6458	3.2073
73	0.6778	1.2932	1.6660	1.9930	2.3785	2.6448	3.2056
74	0.6778	1.2931	1.6657	1.9925	2.3778	2.6439	3.2040
75	0.6777	1.2929	1.6654	1.9921	2.3771	2.6429	3.2024
76	0.6777	1.2927	1.6651	1.9916	2.3764	2.6420	3.2009
77	0.6776	1.2926	1.6648	1.9912	2.3757	2.6412	3.1994
78	0.6776	1.2925	1.6646	1.9908	2.3751	2.6403	3.1980
79	0.6776	1.2923	1.6643	1.9904	2.3744	2.6395	3.1966
80	0.6775	1.2922	1.6641	1.9900	2.3738	2.6386	3.1952

¹Diproduksioleh:Junaidi(<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

TABEL F
(61-80)

Df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79 ²

²Diproduksioleh:Junaidi(<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

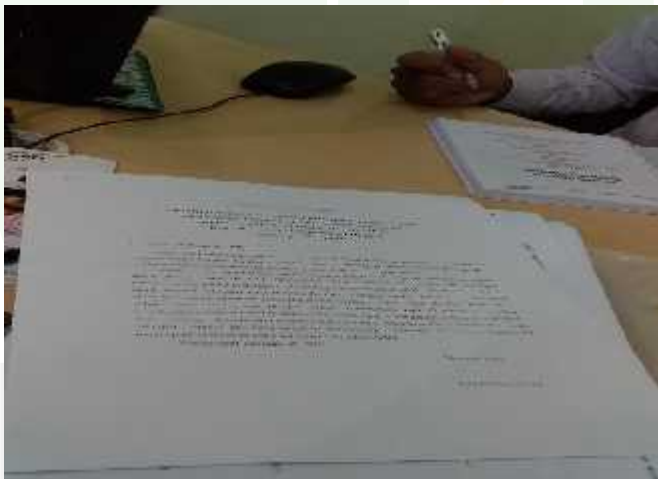
DOKUMENTASI



Temu janji dengan
pawning gadai emas



Wawancara dengan
bapak Maulan Fathur



Angket penelitian



Penyebaran Angket Penelitian



Penyebaran Angket Penelitian



Penyebaran Angket Penelitian



Penyebaran Angket Penelitian dan wawancara kepada ibuk Hj. Sumiati



Pengambilan surat selesai penelitian

BIODATA PENULIS



1. Nama : Ita Purnamasari
2. NIM : E20161047
3. Tempat dan Tanggal Lahir : Jember, 17 September 1997
4. Program Studi : Perbankan Syariah
5. Jurusan : Ekonomi Islam
6. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
7. Alamat : Petung Glagasan Bangsalsari, RT.03 RW.
011, Kecamatan Bangsalsari, Kab.Jember,
Jawa Timur
8. Riwayat Pendidikan :
 - a. TK Al-Maria Syafi'iyah
 - b. SDN Petung 02
 - c. SMPN 3 Bangsalsari
 - d. SMKN 5 Jember

IAIN JEMBER