

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP
PRODUK GADAI DI PT. PEGADAIAN UPC PEGONDANG
(Studi Kasus PT. Pegadaian (Persero) UPC Pegondang Sakra)**



OLEH:

ISWANTI
2019B1C102

**KONSENTRASI ENTERPREUNER
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2023

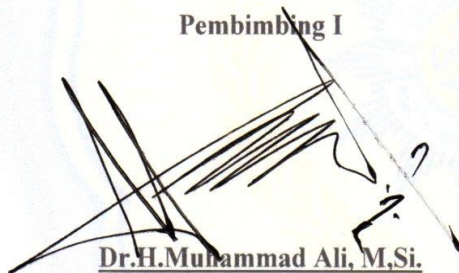
HALAMAN PERSETUJUAN**SKRIPSI**

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
TERHADAP PRODUK GADAI DI PT.PEGADAIAN UPC PEGONDANG
(Studi Kasus PT. Pegadaian (persero)UPC Pegondang Sakra)**

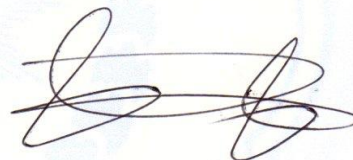
OLEH:**ISWANTI****Nim : 2019B1C102**

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

Hari : Jum'at
Tanggal : 19 Mei 2023

Pembimbing I

Dr.H.Muhammad Ali, M.Si.
NIDN 0806066801

Pembimbing II

Ramayanto, M.M.
NIDN 080906702

Mengetahui,
Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram



Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M.
NIDN 08281008404

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP
PRODUK GADAI DI PT. PEGADAIAN UPC PEGONDANG
(Studi Kasus PT.Pegadaian UPC Pegondang Sakra)**

Oleh ;
ISWANTI

Nim : 2019B1C102

Telah Dipertahankan Di Depan Penguji

Pada Tanggal 19 Mei 2023
Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Tim Penguji

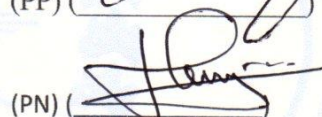
Dr. H. Muhammad Ali, M.Si.
NIDN. 0806066801

(PU) 

Ramayanto, M.M.
NIDN. 0809096702

(PP) 

Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M.
NIDN. 0828108404

(PN) 

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. H. Muhammad Ali, M.Si
NIDN 0806066801

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini, adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana, dan/atau Doktor). Baik di Universitas Muhammadiyah, Maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan dengan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik, serta sanksi lainnya sesuai norma yang berlaku di perguruan tinggi lainnya.

Mataram, 13 Juni 2023



ISWANTI

Nim :2019B1C102



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

SURAT PERNYATAAN BEBAS
PLAGIARISME

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ISWANTI
NIM : 2019 BIC102
Tempat/Tgl Lahir : GUNUNG MALANG 23-12-2001
Program Studi : ALMU ADMINISTRASI BISNIS
Fakultas : FISIPOL
No. Hp : 087 863 900 765
Email : iswanti.2312@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi/KTI/Tesis* saya yang berjudul :

FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
TERHADAP PRODUK GADAI DI PT. PEGADAIAN UPC PEGONDANG

Bebas dari Plagiarisme dan bukan hasil karya orang lain. 50%

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari Skripsi/KTI/Tesis* tersebut terdapat indikasi plagiarisme atau bagian dari karya ilmiah milik orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dan disebutkan sumber secara lengkap dalam daftar pustaka, saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Mataram.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun dan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Mataram, 15 - Juni2023
Penulis



ISWANTI
NIM. 2019BIC102

Mengetahui,
Kepala UPT Perpustakaan UMMAT

Iskandar S. Sos., M.A. why
NIDN. 0802048904

*pilih salah satu yang sesuai



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN DAN
PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
UPT. PERPUSTAKAAN H. LALU MUDJITAHID UMMAT**

Jl. K.H.A. Dahlan No.1 Telp.(0370)633723 Fax. (0370) 641906 Kotak Pos No. 108 Mataram
Website : <http://www.lib.ummat.ac.id> E-mail : perpustakaan@ummat.ac.id

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Mataram, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ISWANTI
 NIM : 2019 B7C102
 Tempat/Tgl Lahir : Gunung Malang, 23-12-2023
 Program Studi : MMU Administrasi Bisnis
 Fakultas : FISIPOL
 No. Hp/Email : 087 863 900 765
 Jenis Penelitian : Skripsi KTI Tesis

Menyatakan bahwa demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Mataram hak menyimpan, mengalih-media/format, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Repository atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama *tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta* atas karya ilmiah saya berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
 TERHADAP PRODUK GADAI DI PT. PEGADAIAN UPC PEGONDANG

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun.

Mataram, 15 - Juni2023
 Penulis



ISWANTI
 NIM. 2019 B7C102

Mengetahui,
 Kepala UPT. Perpustakaan UMMAT



Iskandar, S.Sos., M.A.
 NIDN. 0802048904

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**ANAK MUDA URAT MALUNYA JANGAN TERLALU KENCANG
APALAGI SERBA GENGGI KENAPA TAKUT MALU UNTUK
MELAKUKAN SESUATU YANG TIDAK MERUGIKAN ORANG
JUSTRU STOK MALU-MALUIN DIHABISKAN DI MASA MUDA AJA
SUPAYA KETIKA SUDAH TUA DAN BERKUASA TIDAK MALU-
MALUIN LAGI.**

(NAJWA SHIHAB)

PERSEMBAHAN

Pertama-tama saya ucapkan terimakasih kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatnya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas akhir saya dengan baik. Karya ini saya persembahkan untuk :

Kedua orang tua ku yang telah memberi dukungan dan semangat,

Adik-adikku, Galuh, Raya, Ica, Ami, yang selalu memberi semangat,

Suami dan Anakku yang selalu memberi motivasi selama ini,

Sahabat-sahabatku, Us, Imin, Maya, Irma, Lala, Garin, Awan, Roni yang selalu menemani selama penyusunan Skripsi ini

Terima Kasih.....

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikumWr. Wb. Alhamdulillah puji syukur hanya kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya, serta memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Gadai Di PT Pegadaian UPC Pegondang” Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis dengan tepat waktu. Dalam kesempatan ini Peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah meluangkan waktunya dan telah memberikan bantuan dan bimbingan. Oleh karena itu dengan segala hormat dan kerendahan hati. Peneliti juga ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Abdul Wahab, M.A. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM. selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Ali, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing I, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama peroses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Bapak Ramayanto, M.M. Selaku Dosen Pembimbing II, yang juga selalu sabar memberikan bimbingan selama proses konsultasi berlangsung, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Orang tua tercinta Ayahanda Abdul Hayyi dan Ibunda Raswati Tercinta, serta Adik-adik tersayang atas segala do'a dan dukunganya yang telah diberikan kepada Peneliti sehingga bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Suamiku Adi Kurniawan dan anakku Nayyara Birna Alisa juga yang selalu jadi penyemangat dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi materi maupun penulisannya. Dalam hal ini kritik dan saran yang bersifat membangun sangat Peneliti harapkan sebagai masukan yang berharga dari pembaca demi kesempurnaan Skripsi ini. Akhir kata Peneliti mengharapkan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, khususnya bagi Peneliti sendiri.

Mataram, 28 November 2022

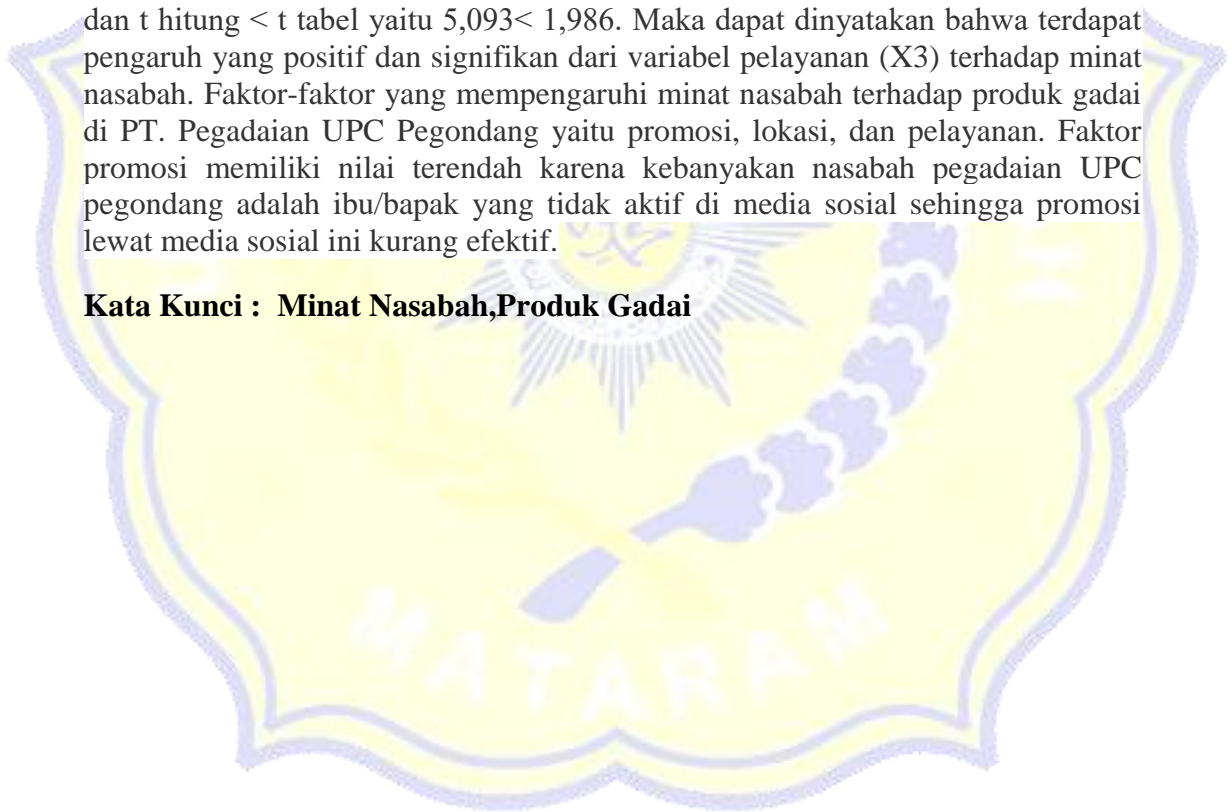
Peneliti

Iswanti

ABSTRAK

Lembaga keuangan memiliki peran penting bagi kehidupan suatu negara, terlebih pada negara yang sedang berkembang seperti Negara Indonesia. Lembaga keuangan memiliki peran strategis yang disebabkan fungsi utama lembaga keuangan sebagai suatu lembaga yang berfungsi untuk mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkan dana kemasyarakat secara efektif dan efisien. Dengan peranan yang dimiliki tersebut, adanya lembaga keuangan diharapkan memberikan suatu kemanfaatan yang lebih bagi masyarakat, serta masyarakat diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan non syariah. Penelitian ini memakai penelitian yang bersifat kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian dengan karakteristik induktif, objektif dan ilmiah pada data yang dihasilkan seperti angka-angka (*score*, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai, dianalisis dengan analisis statistik. Tingkat signifikansi variabel pelayanan (X3) terhadap minat nasabah diperoleh nilai signifikansi 0,05 yaitu 0,000 0,05 atau 5% dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $5,093 < 1,986$. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel pelayanan (X3) terhadap minat nasabah. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang yaitu promosi, lokasi, dan pelayanan. Faktor promosi memiliki nilai terendah karena kebanyakan nasabah pegadaian UPC pegondang adalah ibu/bapak yang tidak aktif di media sosial sehingga promosi lewat media sosial ini kurang efektif.

Kata Kunci : Minat Nasabah, Produk Gadai



ABSTRACT

Financial institutions play a significant role in a nation's life, particularly in developing country like Indonesia. Due to their primary purpose as an organization that effectively and efficiently collects fund from the public and distributes it to the public, financial institutions take a crucial role in society. With this function, it is intended that financial institutions will serve the society more effectively and that the general public will have the option of choosing between Islamic and non-Sharia financial organizations. This research is quantitative in nature, and the data generated, such as numbers (scores, values, or assertions that are appraised), have inductive, objective, and scientific features. The final data were analyzed using statistical analysis. The level of significance of the service variable (X3) on customer interest obtained a significance value of 0.05, namely 0.0000.05 or 5% and $t_{count} < t_{table}$, namely $5.093 < 1.986$. Therefore, it can be concluded that the service variable (X3) has a favorable and considerable impact on customer interest. Promotion, location, and service are the deciding factors for client interest in pawning goods at PT. Pegadaian UPC Pegondang. The value of the promotion element is the lowest because social media promotion is less effective when targeting moms and fathers, who make up the majority of PT. Pegadaian UPC Pegondang clients.

Keywords: Customer Interest, Pawn Products

MENGESAHKAN
SALINAN FOTO COPY SESUAI ASLINYA
MATARAM

KEPALA
UPT P3B
MUHAMMADIYAH MATARAM



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISONALITAS	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Minat	12
2.2.2 Nasabah	14
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah	15
2.2.4 Pegadaian	20
2.3 Kerangka berfikir	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Populasi dan Sampel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Jenis Dan Sumber Data	35
3.7 Variabel Penelitian	36
3.8 Prosedur Analisis Data	36
3.9 Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.9.1 Uji Validitas	38
3.10 Uji Reliabilitas.....	39

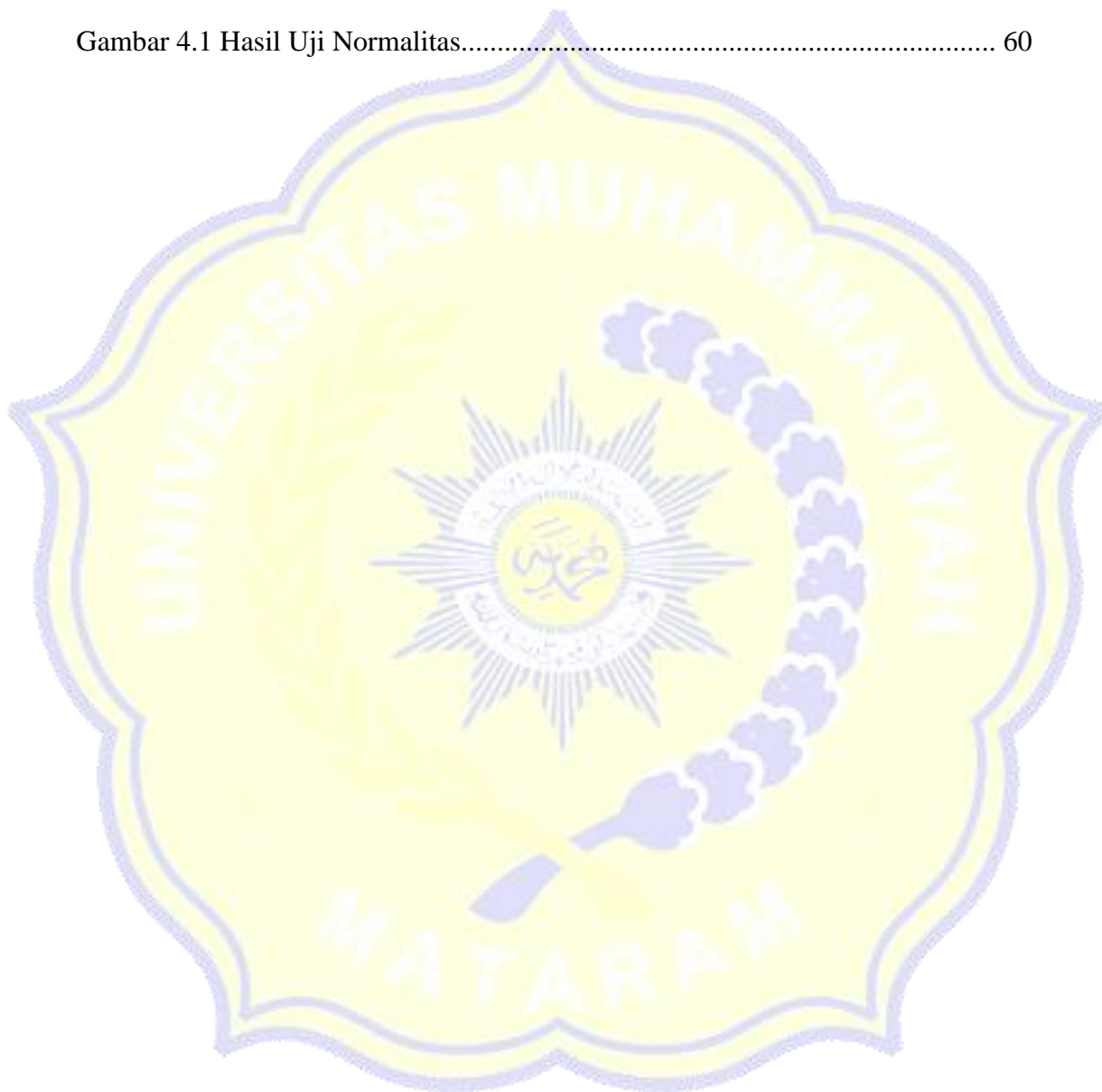
3.11	Prosedur Analisis Data.....	40
3.11.1	Analisis Regresi Berganda (<i>Multiple Regression</i>)	40
3.11.2	Uji Asumsi Klasik	40
3.12	Uji Hipotesis	42
3.12.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
3.12.2	Uji F (Kelayakan Model)	43
3.12.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	44
BAB IV HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN.....		46
4.1	Gambaran Umum perusahaan	46
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.1.2	Visi Dan Misi	46
4.1.3	Struktur Organisasi	47
4.2	Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	48
4.2.1	Deskriptif Data Responden	48
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.3	Teknik Analisis Data.....	55
4.3.1	Uji Validitas	55
4.3.2	Uji Reliabilitas	58
4.4	Analisis Statistik.....	58
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	58
4.5	Uji Asumsi Klasik	60
4.5.1	Uji Normalitas.....	60
4.5.2	Uji Multikolinieritas	61
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.6	Pengujian Hipotesis.....	63
4.6.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.6.2	Uji Kelayakan Model (Uji F)	64
4.6.3	Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		71
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah Pegadaian UPC Pegondang.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 3.2 Interval Kelas.....	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....	48
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	50
Tabel 4.6 Persentase Kuesioner Faktor Promosi.....	51
Tabel 4.7 Persentase Kuesioner Faktor Lokasi.....	52
Tabel 4.8 Persentase Kuesioner Faktor Pelayanan.....	53
Tabel 4.9 Persentase Kuesioner Faktor Minat.....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validias Instrumen Minat.....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Validias Instrumen Promosi.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Validias Instrumen Lokasi.....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Validias Instrumen Pelayanan.....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji Reabilitas.....	57
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Model (Uji F).....	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3.1 Kurva F.....	43
Gambar 3.2 Kurva T.....	44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	60





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan mempunyai peran yang sangat penting untuk kehidupan suatu negara, terutama di negara yang sedang mengalami perkembangan seperti Indonesia. Lembaga keuangan mempunyai peran strategis yang disebabkan oleh fungsi utamanya sebagai lembaga yang mengumpulkan dana dari masyarakat dan mengalirkannya ke masyarakat dengan cara yang efektif dan efisien. Dengan peran yang dimilikinya, diharapkan lembaga keuangan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Selain itu, masyarakat juga diberikan kebebasan untuk memilih antara lembaga keuangan syariah atau lembaga keuangan konvensional, (Abdul dan Dita, 2018:2).

Pada saat ini lembaga keuangan sudah sangat banyak didirikan, lembaga-lembaga keuangan tidak hanya jenis bank tetapi juga sudah banyak lembaga keuangan non bank yang dimana lembaga-lembaga ini menjalankan kegiatannya dengan cara menyalurkan dana yang mereka miliki ke pihak-pihak yang membutuhkan dana mereka, salah satu lembaga keuangan yang bukan bank adalah pegadaian (Laila dan Ridwan, 2019:110). Pegadaian merupakan salah satu dari lembaga keuangan bukan bank yang ada di negara Republik Indonesia. Pegadaian dikelola langsung oleh pemerintah dibawah naungan Kementerian Keuangan Republik Indonesia. Pegadaian dalam programnya memberikan tawaran untuk pinjaman berupa mata uang atau menawarkan layanan kredit

kepada *public* atau kepada masyarakat, dimana pegadaian dapat mengendalikan produk atau barang yang digadaikan oleh pelanggan ke pihak pegadaian. Untuk dapat melakukan peminjaman produk yang disediakan oleh pegadaian maka pegadaian harus menetapkan harga dari barang yang akan digadaikan oleh nasabah. Jika pinjaman yang dilakukan oleh nasabah sudah memasuki waktu jatuh tempo dari peminjaman yang dilakukan maka barang atau agunan dapat dilelang oleh pegadaian guna melakukan pelunasan dari pinjaman yang dilakukan oleh nasabah, jika ada sisa dari pelunasan maka sisa dari pelelangan itu akan dikembalikan ke pihak nasabah atau peminjam (Irman, 2021:2). Dalam hal ini jenis pegadaian yang diambil adalah pegadaian persero.

Pegadaian persero adalah salah satu dari banyak pilihan yang dapat digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh kebutuhan untuk dana serta kebutuhan untuk pembiayaan yang diinginkan. Pegadaian persero pada saat ini memiliki tiga bisnis utama yang di kelola atau di jalankan, ketiga bisnis tersebut adalah gadai, pembiayaan dan investasi yang dapat masyarakat ajukan kapan saja. Pegadaian menurut UU Hukum perdata pasal 1150 disebutkan “gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang yang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seseorang yang berutang atau oleh orang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada orang yang berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut dan biaya yang telah dikeluarkan untuk menyelamatkannya, setelah barang itu digadaikan, biaya-biaya mana harus didahulukan”, (Liza, 2020:3).

Pegadaian persero selama ini telah sangat banyak berjasa di dalam membina kesejahteraan masyarakat, pegadaian persero ikut andil di dalam membangun kesejahteraan rakyat Indonesia, pegadaian persero juga sangat berperan untuk mendorong pembangunan hal ini diperlukan dalam rangka memajukan negara Indonesia yang terdapat didalam peraturan pemerintah No.10 tahun 1983 tentang sifat utama Badan Usaha Milik Negara (BUMN), bahwa perusahaan umum (perum) disyaratkan berusaha dibidang penyediaan jasa bagi masyarakat, selain itu didalamnya juga mengandung misi pembangunan nasional yang artinya pembangunan manusia seutuhnya dan pembangunan seluruhnya rakyat Indonesia yang nantinya akan mewujudkan masyarakat adil dan makmur yang merata materil dan spiritual berdasarkan pancasila, (Liza, 2020:6)

Perusahaan umum persero Pegadaian di Indonesia yang diizinkan secara hukum untuk terlibat dalam kegiatan yang berupa pembiayaan atau mendistribusikan uang kepada masyarakat umum. Pegadaian persero melaksanakan kegiatannya berupa pendistribusian dana kepada masyarakat berdasarkan hukum gadai seperti yang teretuang pada kitab undang-undang hukum perdata pasal 1150 yaitu gadai adalah hak yang diperoleh seorang yang mempunyai piutang atas suatu barang bergerak. Pegadaian persero memiliki tugas pokok yaitu memberikan pinjaman dana pada masyarakat yang mengajukan pinjaman atas dasar hukum gadai, hal ini dilakukan agar masyarakat yang melakukan pinjaman tidak dirugikan oleh kegiatan lembaga keuangan informal yang sering menggunkan atau memanfaatkan kebutuhan dana yang diperlukan oleh masyarakat secara mendesak (Liza, 2020:4).

Tujuan utama dari pegadaian persero yaitu untuk mengatasi atau menghindari masyarakat melakukan peminjaman terhadap rentenir yang memberikan pinjaman dengan menggunakan bunga yang relatif tinggi sehingga merugikan para peminjam yang sedang membutuhkan uang. Untuk dapat melakukan peminjaman di pegadaian persero, masyarakat harus memberikan jaminan berupa barang-barang berharga yang sudah ditentukan oleh pegadaian persero. Dalam melakukan peminjaman di pegadaian persero memiliki prosedur atau cara yang sangat mudah dan cepat, tidak hanya itu biaya yang dibebankan atau bunga yang diberikan terhadap peminjam lebih ringan jika dibandingkan dengan para rentenir yang memberikan bunga sangat tinggi kepada masyarakat yang melakukan peminjaman, apalagi jika para rentenir mengetahui jika peminjam sangat membutuhkan uang, maka para rentenir ini akan memberikan bunga yang lebih tinggi. Pegadaian persero memberikan layanan yang cepat dan mudah serta bunga yang rendah ini karena salah satu tujuan yang dimiliki oleh pegadaian persero dalam memberikan pinjaman yaitu “menyelesaikan masalah tanpa masalah” kalimat tersebut juga menjadi motto dari pegadaian persero yang dikenal luas oleh masyarakat karena di plang nama setiap uni pegadaian pasti ada tulisan motto tersebut. (Selvina, 2016:2)

Pada saat ini sudah banyak Lembaga penyedia jasa keuangan yang beredar di dalam masyarakat, sehingga masyarakat ketika memilih untuk menggunakan jasa keuangan maka nasabah harus membuat pertimbangan tentang faktor-faktor tertentu sebelum membuat keputusan menggunakan jasa keuangan yang mereka pilih, ada beberapa faktor yang sangat mempengaruhi keputusan dari nasabah

untuk memilih menggunakan jasa peminjaman yaitu promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Lembaga penyedia jasa keuangan.

PT. Pegadaian (Persero) mempunyai dua usaha yaitu unit usaha gadai konvensional dan unit usaha gadai syariah. Masyarakat Indonesia yang memiliki masyarakat yang mayoritas beragama Islam membuat pegadaian meluncurkan produk-produk yang menggunakan prinsip syariah yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum islam. Maraknya produk keuangan yang menggunakan prinsip syariah membuat pegadaian juga mengikuti perkembangan tersebut dengan memprioritaskan pengembangan produk-produk dan unit yang berbasis syariah. Pegadaian adalah Lembaga keuangan yang didalam menjalankan programnya berdasarkan pada hukum gadai, tujuan dari pegadaian ini adalah untuk menghindari atau mencegah terjadinya praktik pinjaman tidak wajar, pegadaian gelap dan praktik riba yang terjadi di pada masyarakat. (Saputra randi, 2014:35)

PT. Pegadaian sudah meresmikan Unit pegadaian Syariah sehingga masyarakat memiliki variasi dalam memilih produk yang disediakan oleh PT. Pegadaian, unit pegadaian syariah ini tetap memiliki prosedur yang gampang dan cepat guna memenuhi kebutuhan para nasabah baik hanya untuk digunakan konsumsi atau dana yang akan digunakan untuk membangun usaha. PT. Pegadaian mendirikan unit pegadaian syariah ini bertujuan untuk tetap mampu memeberikan dana kepada masyarakat sehingga mampu menggerakkan sektor rill dengan bermacam kepentingan yang dimiliki oleh para nasabah terutama tujuan sarannya adalah nasabah muslim, namun unit pegadaian syariah ini tidak hanya melayani para nasabah yang beragama Islam saja namun tetap melayani juga

nasabah non muslim. Hal tersebut dapat terjadi karena nasabah non muslim melihat keuntungan dan kemudahan yang dapat mereka peroleh dari unit pegadaian syariah ini, unit pegadaian syariah ini juga tetap membagikan data/informasi yang akurat kepada masyarakat secara luas, juga memberikan informasi terkait keuntungan dan nilai tambah yang akan diperoleh jika menjadi nasabah dari unit pegadaian syariah. (Yeni salma barlinti, 2010:82)

Gadai didalam fiqh disebut rahn, Rahn secara +etimologi berarti ats-tsubut wa ad-dawam yang artinya tetap dan kekal, dapat juga di sebut al-habsu dan alluzuum yang artinya menahan (jaminan). Sedangkan secara istilah rahn dari pendapat ibnu Qudhamah dalam kitab al-mughni merupakan sesuatu benda yang dijadikan jaminan suatu utang, sehingga orang bersangkutan tersebut bisa mengambil utang atau ia bisa mengambil sebagian (manfaat) barang itu. Namun atas persetujuan pihak penggadai agar rahin tidak merasa dizholimi akibat barang yang digadaikan diambil manfaatnya, (Nurhabni, 2022:682)

Tabel 1.1

Data Nasabah Pegadaian UPC Pegondang

No	Tahun	Jumlah nasabah
1	2018	1855
2	2019	2299
3	2020	2365
4	2021	2184

Sumber data: pegadaian UPC Pegondang

UPC Pegadaian (Persero) yang terdapat di Desa Pegondang Kecamatan sakra NTB, pendapatan setiap bulannya selalu mengalami peningkatan. UPC Pegadaian juga mengalami peningkatan kepada tahun 2020 pada saat pandemi, hal tersebut karena banyak masyarakat berminat meminjam kredit dalam memenuhi kebutuhan dan masyarakat mayoritas menengah maupun bawah memiliki peluang cukup besar dikarenakan kemudahan dalam pemberian kredit. Pegadaian UPC Pegondang melayani produk syariah dan konvensional sejak awal berdiri. Berdasarkan dari hasil observasi awal dari UPC Pegadaian Pegondang bahwa terdapat juga transaksi gadai emas yang dilakukan oleh beberapa nasabah, perpanjang gadai emas, bayar cicilan emas, ada juga yang melakukan transaksi *multipayment* seperti pengisian pulsa hingga penebusan emas.

Berdasarkan dari penjabaran yang sudah penulis paparkan diatas, penulis melihat bahwa masyarakat yang menajdi nasabah dari Lembaga penyedia jasa keuangan akan memilih penyedia jasa keuangan yang sesuai dengan harpan dan ekspektasi mereka. Keputusan dari para nasabah ini dapat bergantung pada pelayanan yang diberikan, lokasi mudah di akses dan letaknya strategis, promosi yang mampu menarik hati masyarakat. Dalam menentukan pilihannya untuk menggunkan jasa pegadaian masyarakat tentunya memiliki alasan-alasan tertentu dan faktor-faktor dyang dapat mempengaruhi mereka untuk memilih jasa dari pegadaian tersebut, terutama alasan-alasan tertentu dan faktor-faktor yang membuat masyarakat memilih Pegadaian UPC Pegondang, faktor tersebut yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-**

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH TERHADAP PRODUK GADAI DI PT PEGADAIAN UPC PEGONDANG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti menemukan permasalahan yang akan dibahas adalah apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai di PT. Pegadaian (persero) UPC Pegondang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang bisa mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang Sakra Lombok Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat dalam melengkapi bahan penelitian selanjutnya, sehingga dapat memberikan kontribusi yang berguna dalam pengembangan ilmu.

1. Untuk Peneliti

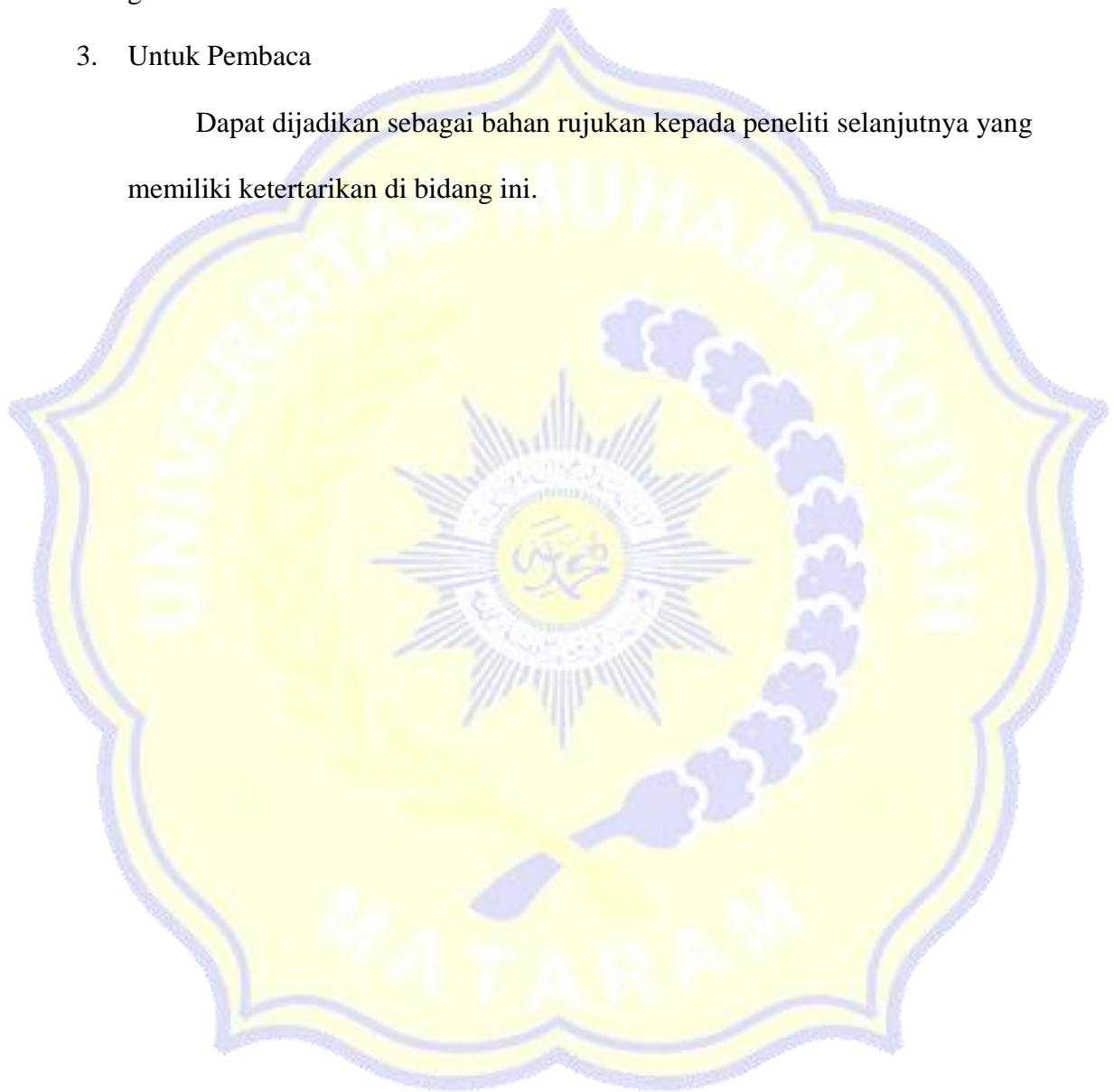
Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan wawasan berfikir serta menambah pengetahuan dan pengalaman dalam bidang penelitian. Penelitian ini juga merupakan penerapan dari pengetahuan yang telah diterima dan dipelajari sebelumnya, memperkuat pemahaman dan menghadirkan aplikasi nyata dari pengetahuan yang telah diperoleh.

2. Untuk PT. Pegadaian UPC Pegondang

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka pengambilan keputusan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai tersebut.

3. Untuk Pembaca

Dapat dijadikan sebagai bahan rujukan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki ketertarikan di bidang ini.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang sudah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Berikut peneliti paparkan hasil penenelitian terdahulu dan persamaannya dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu

Nama peneliti	Hasil penelitian	Judul penelitian	Persamaan
Anita Sari Ningrum, 2019 (Skripsi).	Pada penelitian ini memiliki hasil atau kesimpulan yang menyatakan promosi memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.	Pengaruh Lokasi, Pelayanan, Promosi, Aspek Syariah, dan Biaya Transaksi terhadap Minat Masyarakat dalam Bertransaksi di Pegadaian Syariah	Penelitian ini sama sama menggunakan metode kuantitatif dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, poin penting yang di bahas juga sama yaitu minat nasabah.
Nurul Fauziah Olli(2021)	Dari penelitian yang dilakukan peneliti bahwa yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih	Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan pegadaian syariah cabang pegadaian	Pada penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh penulis sama-sama meneliti tentang

	pegadaian syariah disebabkan adanya faktor kualitas pelayanan, lokasi, promosi, alasan syariah, dan faktor keluarga	syariah (CPS) datee binangkang	faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari nasabah untuk menggunakan pegadaian sebagai tempat peminjaman dana.
Laila Maghfirah, Ridwan Nurdin (2019)	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa promosi, prosedur pencairan pinjaman, faktor syariah, dan lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk rahn di Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh.	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh)	Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk rahn dan persamaan lainnya adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif.
Amanda Veronica, Muhammad Iqbal Fasa, dkk (2021)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh terhadap minat	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk	Persamaan dari penelitian ini adalah terdapat pada pokok bahasannya dan

	nasabah, variabel harga juga memiliki pengaruh terhadap minat nasabah, dan variabel prosedur pencairan pinjaman juga memiliki pengaruh terhadap minat nasabah.	Rahn Pada Pegadaian Syariah.	sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif
--	--	------------------------------	---

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Minat

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah keinginan. Minat adalah suatu dorongan atau keinginan dari seseorang yang berlandaskan pada hati nuraninya untuk mengikuti atau melakukan hal-hal yang diinginkan berdasarkan apa yang dibutuhkan atau hanya sekedar ingin dia lakukan saja.

Menurut Muhibbin Syah secara sederhana, minat “artinya kecenderungan dan gairah yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu”. Jadi minat disini sebagai aspek yang terkait dengan kejiwaan yang hanya mewarnai tingkahlaku dari seseorang dalam melakukan aktivitas yang dimana seseorang tertarik untuk melakukan sesuatu.

Minat ialah suatu kondisi dari seseorang yang mempunyai perhatian terhadap sesuatu serta memiliki keinginan untuk mengetahui, mempelajari maupun membuktikan apa yang ingin dilakukan tersebut, minat juga dapat diartikan sebagai suatu kesadaran dari seseorang terhadap suatu objek yang

menyangkut dirinya dan hal tersebut dilakukan dengan kondisi yang sadar (Muana, 2014).

Minat dalam bahasa Inggrisnya adalah "*interest*". (John M. Echols dan Hasan Sadily, 2000 : 327). Dari segi bahasa minat merupakan "kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu". Minat adalah sumber motivasi yang membuat seseorang ingin melakukan apa yang mereka kerjakan, minat juga menjadi salah satu aspek psikologis yang memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku seseorang.

Menurut Getzel, minat adalah suatu disposisi yang terorganisir melalui pengalaman sehingga mampu mendorong seseorang untuk memperoleh atau melakukan aktivitas, objek khusus, keterampilan dan pemahaman untuk mendapatkan pencapaian atau perhatian.

Menurut T. Albertus, minat ialah "kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya".

Menurut John Holland, minat merupakan semua hal yang dilakukan yang dapat memunculkan atau membangkitkan perhatian lebih, kesenangan dan rasa ingin tahu dari apa yang dilakukan serta akan membuat orang tersebut lebih giat dalam melakukan hal tersebut.

Minat pada dasarnya merupakan proses penerimaan dari sesuatu yang ada diluar diri kita namun memiliki keterkaitan dengan diri kita. Minat tersebut akan semakin besar jika hubungan yang terjalin semakin dekat atau semakin kuat. Minat ini sangat erat hubungannya dengan perasaan, terutama perasaan yang

mengekspresikan rasa senang. Sehingga minat juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang terjadi karena memiliki rasa senang terhadap sesuatu.

Minat dapat dinyatakan dengan menunjukkan preferensi kita terhadap suatu hal daripada hal lainnya, atau melalui partisipasi dalam aktivitas tertentu. Minat tidaklah bawaan sejak lahir, tetapi diperoleh pada tahap kemudian dalam kehidupan.

Berdasarkan dari pengertian-pengertian minat menurut para ahli yang sudah penulis paparkan diatas, dapat penulis tarik kesimpulan bahwa minat merupakan rasa ketertarikan dari seseorang terhadap segala sesuatu yang membuat orang tersebut ingin melakukan hal tersebut tanpa ada paksaan.

2.2.2 Nasabah

Dalam konteks bahasa, nasabah merujuk pada individu yang secara rutin berinteraksi atau menjadi pelanggan sebuah bank (dalam konteks keuangan). Nasabah adalah sumber pendapatan utama bagi bank atau lembaga keuangan tersebut melalui proses transaksi yang dilakukan oleh nasabah tersebut. Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 1998 pasal 1 ayat 16, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Menurut Djaslim Saladin dalam bukunya “Dasar-dasar manajemen pemasaran bank” menyatakan bahwa nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.

Nasabah merupakan suatu aset utama yang sangat berharga bagi suatu perusahaan, hal tersebut dikarenakan tanpa adanya nasabah suatu perusahaan bukanlah apa-apa. Sehingga di dalam perusahaan atau secara luas sering muncul istilah “pelanggan adalah raja” dimana raja adalah seseorang yang semua hal yang

diinginkannya harus terpenuhi. Faktanya perusahaan memang didirikan untuk memenuhi kebutuhan para konsumen atau pelanggannya. Sehingga semua produk dari perusahaan tersebut akan ditawarkan dan menjadi produk untuk para pelanggan atau konsumen.

Istilah "pelanggan" lebih umum digunakan untuk layanan non-keuangan, seperti hotel, manufaktur, supermarket, dan sejenisnya. Di sisi lain, istilah "nasabah" lebih umum digunakan dalam konteks perusahaan keuangan seperti bank, asuransi, atau Pegadaian. Meskipun demikian, baik pelanggan maupun nasabah pada dasarnya memiliki arti yang sama, dan perbedaan yang ada terletak pada beberapa aspek layanan yang mungkin sedikit berbeda (kasmir,2008).

Berdasarkan pemaparan pengertian nasabah diatas penulis menarik kesimpulan bahwa nasabah yaitu orang menggunakan jasa dari suatu perusahaan, dimana orang tersebut sudah terikat dengan perjanjian yang sudah disepakati oleh kedua belah pihak. Masing-masing pihak ini harus menjalankan kewajibannya masing-masing sesuai dengan perjanjian yang sudah dibuat, apabila salah satu atau keduanya melanggar perjanjian yang sudah dibuat maka salah satu atau keduanya harus menerima konsekuensi sesuai dengan aturan yang sudah disepakati.

2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Dalam penelitian ini, akan dibahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah terhadap produk gadai. Meskipun ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat nasabah, peneliti dalam penelitian ini hanya memilih untuk memfokuskan pada faktor promosi, lokasi, dan pelayanan.

Penelitian ini akan membahas pengertian, indikator, dan hubungan antara masing-masing faktor dengan minat nasabah terhadap promosi gadai, berdasarkan teori yang ada serta penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, terdapat tiga faktor yang diidentifikasi sebagai faktor yang mempengaruhi minat nasabah, yaitu:

1. Faktor Promosi

Pengertian Promosi, Promosi ialah perkenalan dalam rangka memajukan usaha, dagang, dan sebagainya. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan dan menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Philip Kotler memberikan definisi tentang promosi, Promosi merupakan tindakan yang dijalankan oleh suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan manfaat produknya kepada konsumen dan membujuk mereka agar melakukan pembelian. Rambat Lupiyadi mendefinisikan Promosi merupakan suatu variabel pada bauran pemasaran yang harus dilakukan dengan sungguh-sungguh oleh perusahaan untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Julian Cummismen definisikan Promosi adalah rangkaian strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan pemberian nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara maupun konsumen langsung. Biaya yang terkait dengan promosi tidak memiliki batasan waktu. Sofjan Assauri menjelaskan bahwa promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mempengaruhi nasabah agar menciptakan permintaan atas suatu produk atau jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa promosi

adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi atau membujuk konsumen atau nasabah agar membeli produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Faktor Lokasi

Lokasi memiliki peran yang signifikan dalam menjalankan suatu bisnis. Hal ini terkait dengan keberadaan usaha yang berdekatan dengan pusat keramaian kota, mudah dijangkau, dan memiliki fasilitas parkir yang luas, yang umumnya lebih disukai oleh nasabah. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, nasabah cenderung mempertimbangkan faktor lokasi. Oleh karena itu, terdapat keterkaitan antara lokasi dengan keputusan pembelian nasabah.

“Keputusan lokasi merupakan bagian dari manajemen yang menentukan tempat strategis untuk memberikan pelayanan kepada konsumen. Pemilihan lokasi pelayanan jasa adalah keputusan kunci dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju. Pertimbangan yang diperlukan dalam keputusan lokasi pelayanan melibatkan pemikiran tentang di mana penyerahan jasa kepada pelanggan akan terjadi. Keberadaan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau memiliki pengaruh besar terhadap minat nasabah dalam menggunakan jasa pegadaian. Lokasi pegadaian yang berdekatan dengan jalan raya mempermudah nasabah dalam menemukan pegadaian, meskipun beberapa nasabah mungkin tinggal agak jauh dari lokasi Pegadaian tersebut.”(Dewi Silviana, 2018:48).

“Menurut Kasmir Lokasi merupakan tempat di mana layanan kepada konsumen dilakukan dan juga dapat diartikan sebagai tempat untuk memajang berbagai barang dagangan. Lokasi memiliki peranan penting dalam saluran distribusi, karena lokasi yang baik dapat memastikan akses yang cepat, yang dapat menarik sebagian besar konsumen.” (Aprinto kusman,2018:69).

(Astikapratiwi, 2016:23-24). “Indikator lokasi yang sangat mempengaruhi keputusan memilih, ialah:

- 1) Akses, contohnya yang gampang atau mudah diakses/dijangkau transportasi umum.
- 2) Visibilitas, lokasi terlihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Strategis, dekat dengan keramaian serta pertokoan. Banyaknya orang yang lalu-lalang bisa memberikan peluang
- 4) Tempat parkir yang luas serta aman
- 5) Ekspansi, adalah tersedianya tempat yang lumayan luas untuk perluasan usaha dikemudian hari luas dan aman.
- 6) Lingkungan, merupakan wilayah sekitar yang menunjang jasa yang ditawarkan.”

3. Faktor Pelayanan

Pelayanan menurut Ratminto (2010) menyatakan bahwa Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang bersifat immaterial (tidak dapat diraba) yang terjadi melalui interaksi antara konsumen dan karyawan, atau melalui berbagai fasilitas yang disediakan oleh perusahaan pemberi layanan. Tujuan dari

pelayanan tersebut adalah untuk menyelesaikan masalah atau kebutuhan konsumen atau pelanggan.

Sedangkan menurut Moenir (2010) menyatakan bahwa Pelayanan adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok orang dengan berlandaskan pada faktor materi melalui prosedur, metode, dan sistem tertentu, dengan tujuan memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Pelayanan pada hakikatnya merupakan serangkaian kegiatan, sehingga dapat dianggap sebagai sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh aspek kehidupan individu dalam masyarakat.

Dari definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang terjadi melalui interaksi langsung antara individu dengan individu lainnya atau dengan mesin secara fisik, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Sikap pelayanan merupakan prinsip dasar yang melibatkan tiga tahapan dalam melayani pelanggan. Tahapan-tahapan ini harus dipahami dan dikuasai oleh para pegawai, yaitu:

- a) Prinsip dasar utama (sebelum penjualan), berupa pemberian senyum, ucapan salam, dan sapaan.
- b) Prinsip dasar kedua (selama penjualan atau proses pembelian), berupa memperlihatkan kepedulian, memberikan tanggapan, menuntaskan, memberikan bantuan, dan mengucapkan terimakasih.

- c) Prinsip dasar ketiga (setelah penjualan/pembelian), berupa menerima keluhan pelanggan, menindak lanjuti, memberi solusi bukan janji, menyelesaikan dengan segera, akurat dan efektif, memberi kejutan yang menyenangkan, dan mengucapkan terimakasih.

Indikator pelayanan, Menurut Parasuraman dalam Tjiptono kualitas layanan memiliki 5 dimensi yaitu:

1. Keandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan dalam pemberian pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat (*accurately*) dan dapat dipercaya (*dependably*), terutama dalam hal memberikan jasa tepat waktu (*on time*) sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, tanpa melakukan kesalahan.
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan keinginan atau kemauan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. Jaminan (*Assurance*) Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen.
4. Empati Meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.
5. Tampilan Fisik (*Tangible*) Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan lain-lain.

2.2.4 Pegadaian

Pegadaian adalah suatu lembaga pembiayaan atau pengkreditan yang beroperasi dengan sistem gadai. Sistem gadai modern pertama kali berkembang di

Italia dan kemudian diterapkan di berbagai wilayah Eropa seperti Inggris dan Belanda. Di Indonesia, sistem gadai diperkenalkan dan dikembangkan oleh *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC). Pada awalnya, layanan pegadaian di Indonesia dijalankan oleh sektor swasta, dan kemudian diambil alih oleh pemerintah kolonial Hindia-Belanda (Kasmir, 2014 : 231).

Usaha gadai secara umum dapat didefinisikan sebagai kegiatan meminjamkan uang kepada pihak tertentu dengan memberikan barang berharga sebagai jaminan. Barang yang dijaminkan akan dikembalikan sesuai dengan perjanjian antara nasabah dan lembaga gadai setelah melunasi pinjaman.

Pegadaian merupakan tempat dimana masyarakat yang memerlukan uang tunai dapat hadir meminjam uang melalui barang-barang pribadi sebagai agunannya. Secara generik penjelasan usaha gadai yakni aktivitas meminjamkan barang-barang bernilai pada pihak tertentu, supaya mendapatkan sebesar uang dan barang yang dijaminkan dan diambil kembali sesuai dengan kesepakatan antara nasabah menggunakan lembaga gadai. Pegadaian berperan dalam membantu masyarakat dengan memberikan pinjaman uang dengan jaminan gadai. Dalam kehidupan sehari-hari, kebutuhan akan uang selalu ada untuk membeli atau membayar berbagai keperluan. Namun, terkadang terdapat situasi di mana kebutuhan tersebut tidak dapat dipenuhi dengan uang yang dimiliki. Dalam kondisi tersebut, kita harus mengurangi pembelian keperluan yang dianggap tidak penting, namun untuk keperluan yang sangat penting, kita terpaksa mencari berbagai cara seperti meminjam dari sumber dana yang tersedia. Pegadaian hadir sebagai salah satu opsi sumber dana tersebut.

Gadai merupakan suatu hak tanggungan yang didapatkan kreditur terhadap barang bergerak yang digunakan oleh debitur sebagai jaminan atas utangnya. Jika debitur tidak mampu melunasi utangnya pada saat jatuh tempo, kreditur memiliki hak untuk menjual (melelang) barang tersebut.

Perusahaan umum pegadaian merupakan Badan Usaha Milik Negara yang memiliki fungsi memberikan pembiayaan dalam bentuk penyaluran dan kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Dalam pasal 1 ketentuan umum PP No.103 Tahun 2000 tentang perusahaan umum pegadaian dinyatakan bahwa perusahaan umum pegadaian adalah Badan Usaha Milik Negara yang diatur dalam undang-undang No.9 Tahun 1969, yang bidang usahanya berada dalam lingkup tugas-tugas dan kewenangan, menteri keuangan, dimana seluruh modalnya dimiliki Negara yang dipisahkan dan tidak dapat berbagi atas saham.

Pegadaian, sebagai lembaga yang memberikan pinjaman dengan jaminan gadai dari masyarakat, berharap untuk mengelola bisnisnya dengan lebih profesional dan berorientasi pada keuntungan guna meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sambil tetap mempertahankan karakteristik dan misinya yang sesuai dengan undang-undang gadai. Pinjaman diberikan kepada pasar sasaran masyarakat, seperti yang diungkapkan dalam mottonya "Atasi masalah tanpa masalah". Kelompok ekonomi yang kurang mampu dapat memanfaatkan pendekatan yang sederhana, cepat, dan aman. Selain itu, dengan prosedur penerbitan kredit yang mudah dan sederhana, diharapkan dapat melindungi masyarakat dari prosedur kredit yang rumit dan persyaratan yang sulit dipenuhi oleh komunitas kecil.

1. Tugas Pokok Pegadaian

Tugas utama pegadaian adalah memberikan pinjaman atau pembiayaan sesuai dengan ketentuan perundangan gadai dan kegiatan terkait lainnya, dengan tujuan memenuhi kebutuhan dana masyarakat dan memberikan layanan gadai secara material.

2. Tujuan Pokok Pegadaian

Pegadaian memiliki sifat usaha yang pada dasarnya bertujuan untuk memberikan pelayanan yang meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pada saat yang sama menghasilkan keuntungan berdasarkan prinsip operasional. Oleh karena itu, tujuan utama Pegadaian adalah sebagai berikut:

1. Ikut berpartisipasi dalam pelaksanaan dan mendukung pelaksanaan kebijakan dan rencana pemerintah dalam ekonomi dan pembangunan nasional dengan memberikan pinjaman atau pembiayaan berdasarkan undang-undang gadai.
2. Mencegah supaya masyarakat tidak terjebak dalam pinjaman yang memiliki tingkat bunga yang tinggi dari pemberi pinjaman.

3. Fungsi Pokok Pegadaian

Adapun fungsi pokok pegadaian yaitu:

1. Mengelola penyaluran uang atas dasar hukum gadai dengan cara mudah, cepat, aman dan hemat.
2. Menciptakan dan mengembangkan usaha-usaha lain yang menguntungkan bagi pegadaian maupun masyarakat.
3. Mengelola keuangan, perlengkapan, kepegawaian, pendidikan dan pelatihan.
4. Mengelola organisasi, tata kerja dan tata laksana pegadaian.
5. Melakukan penelitian, pengembangan, dan pengawasan terhadap pengelolaan pegadaian. Secara singkat, fungsi utama pegadaian adalah membantu individu yang membutuhkan dengan menggunakan aset gadai sebagai jaminan, tanpa mengutamakan kepentingan komersial atau mencari keuntungan besar dari orang lain.

4. Kegiatan Usaha Pegadaian Lainnya

Perum Pegadaian juga melakukan usaha lain selain melakukan peminjaman uang dalam praktiknya. Upaya lain yang dimaksud tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menyediakan layanan penilaian kekayaan bagi individu yang ingin mengetahui nilai sebenarnya dari berbagai barang berharga seperti emas, berlian, mobil, televisi, dan barang lainnya. Layanan ini bermanfaat bagi orang-orang yang ingin menjual aset mereka atau hanya ingin mengetahui nilai kekayaan mereka.

- b. Menyediakan layanan penyimpanan dan pengiriman barang berharga. Tujuannya adalah untuk memberikan rasa aman kepada pemilik barang dalam situasi seperti kehilangan, kebakaran, atau pencurian.
- c. Memberikan fasilitas kredit, khususnya kepada karyawan yang memiliki pendapatan tetap. Pembayaran pinjaman dilakukan melalui potongan gaji bulanan peminjam.
- d. Terlibat dalam kolaborasi dengan pihak ketiga dalam proyek-proyek pembangunan seperti gedung perkantoran atau proyek pembangunan lainnya menggunakan sistem *Build, Operate and Transfer* (BOT). Penting untuk dicatat bahwa kegiatan inti Perum Pegadaian adalah peminjaman uang melalui sistem gadai, sementara kegiatan lainnya mendukung kegiatan inti Perum Pegadaian.

5. Produk dan Jasa Pegadaian

Pegadaian memiliki produk khusus yang jarang dimiliki oleh lembaga keuangan lainnya. Produk-produk tersebut antara lain:

- a. Gadai, produk utama pegadaian adalah layanan gadai, atau sering kita dengar dengan sebutan KCA layanan ini bisa bersifat konvensional atau syariah. Objek yang bisa di gadai di pegadaian adalah emas, kendaraan, angsuran, tabungan emas, sertifikat atau objek non emas seperti elektronik atau barang rumah tangga lainnya.
- b. Pinjaman, pegadaian juga menawarkan program pinjaman, Produk pinjaman yang diberikan adalah pinjaman usaha dan pinjaman serbaguna. Pinjaman

usaha adalah pemberian kredit dengan angsuran bulanan yang diberikan kepada pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengembangkan usaha dengan sistem findusia menggunakan barang jaminan berupa BPKB kendaraan bermotor. Sementara pinjaman serbaguna adalah kredit yang diberikan kepada karyawan dan non karyawan untuk keperluan konsumtif dengan agunan BPKB kendaraan bermotor

- c. Cicil, di pegadaian masyarakat bisa mendapatkan layanan cicilan untuk kendaraan dan emas. Cicil kendaraan adalah pemberian pinjaman dengan prinsip syariah kepada pengusaha kecil, karyawan serta professional untuk membeli kendaraan bermotor dalam kondisi baru maupun *second*. Sementara untuk emas, ada tiga jenis cicilan yaitu cicilan tabungan emas, emasku dan arisan emas.
- d. Tabungan emas, tabungan ini termasuk produk pegadaian yang cukup populer, tabungan emas adalah layanan penitipan saldo emas yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi emas. Dari tabungan emas, nasabah bisa menyetorkan uang yang akan dikonversi kedalam bentuk gram emas. Nasabah bisa mulai setoran awal mulai dari 0,01 gram atau Rp 50.000, -biaya administrasi tabungan ini juga cukup ringan.
- e. Menyediakan layanan penitipan bagi masyarakat yang ingin menitipkan barang berharga seperti perhiasan berlian, emas, surat berharga, atau kendaraan bermotor. Layanan ini berguna bagi masyarakat yang kesulitan mengamankan barang berharga dirumah saat akan keluar kota atau luar

negeri, melaksanakan ibadah haji, umroh, sekolah diluar negeri, dan kepentingan lainnya.

- f. Jasa taksiran adalah layanan pegadaian bagi masyarakat yang ingin mengetahui karatase dan kualitas harta perhiasan emas, berlian atau batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relatif terjangkau.
- g. Jasa kirim dan terima uang adalah layanan pengiriman dan penerimaan uang dari dalam dan luar negeri yang bekerja sama dengan beberapa perusahaan remitansi berskala internasional.
- h. Jasa sertifikasi adalah jasa pengujian terhadap sebuah batu mulia, emas dan perhiasan lainnya yang dilakukan oleh *gemologist* dilaboratorium *gemology* untuk mengetahui jenis, keaslian, kualitas, dan spesifikasi-spesifikasi yang lain dibutuhkan dan untuk memberikan kepastian dan keyakinan kepada pemilik, penjual maupun pembeli. Jasa sertifikasi menyediakan layanan professional untuk spesifikasi batu mulia dengan tenaga *gemologist* andal bersertifikat internasional dengan didukung peralatan yang modern, canggih dan mumpuni untuk menghasilkan pengujian yang presisi dan komprehensif.
- i. Jasa pembayaran online atau *multipayment* merupakan layanan pembayaran berbagai tagihan bulanan, pembelian pulsa, pembelian tiket, pembayaran finance, pembayaran premi BPJS, dan lain-lain.
- j. Safe deposit box adalah layanan penyewaan kotak penyimpanan yang dirancang khusus untuk barang atau surat berharga. Kotak penyimpanan

tersebut ditempatkan dalam ruangan yang kokoh, tahan terhadap upaya pembongkaran, dan tahan terhadap api, sehingga keamanan barang dan surat berharga terjamin.

6. Keuntungan Usaha Gadai

Keuntungan dari pegadaian adalah mereka tidak menghadapi kendala yang sama dengan industri perbankan dalam penggunaan uang. Bank harus memberikan penjelasan yang sangat terperinci tentang penggunaan uang. Selain itu, jika pembayaran tidak dilakukan tepat waktu, sanksi yang dikenakan relatif lebih ringan. Sanksi paling berat adalah pelelangan aset jaminan yang telah diberikan untuk mengganti kekurangan pinjaman yang telah diberikan. Salah satu keuntungan perusahaan pegadaian dibandingkan dengan lembaga keuangan seperti bank adalah:

- a. Waktu penarikan relatif singkat, yaitu pada hari yang sama, karena prosedurnya sederhana.
- b. Memiliki syarat yang sederhana, oleh sebab itu konsumen mudah dalam mematuhi.
- c. Pegadaian tidak memperlumahkan penggunaan uang, sehingga sesuai dengan keinginan nasabah.

2.3 Kerangka berfikir

Dari perspektif teori diatas, maka dapat diamati faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam hubungan antara variabel (x) dan (y), Dalam

konteks ini, produk gadai merupakan salah satu aspek pekerjaan yang memiliki variabel terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah (x) terhadap produk gadai (y) pada Pegadaian UPC Pegondang

Dalam penelitian ini variabel tersebut akan dianalisis untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable (x) pada variabel (y). Dapat tergambarkan pada kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah pernyataan sementara yang harus diuji kebenarannya atau merupakan ringkasan kesimpulan teoritis yang diperoleh melalui tinjauan pustaka. Hipotesis bertujuan untuk mengemukakan pernyataan mengenai hubungan antara dua konsep yang dapat diuji secara langsung dalam penelitian.

H1: Diduga adanya pengaruh faktor promosi terhadap minat nasabah pada produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang

H2 : Diduga adanya pengaruh faktor lokasi terhadap minat nasabah pada produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang

H3 : Diduga adanya pengaruh faktor pelayanan terhadap minat nasabah pada produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang

H4 : Diduga adanya pengaruh faktor promosi, lokasi, dan pelayanan terhadap produk gadai di PT. Pegadaian UPC Pegondang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini memakai penelitian yang bersifat kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian dengan karakteristik induktif, objektif dan ilmiah pada data yang dihasilkan seperti angka-angka (*score*, nilai) atau pernyataan-pernyataan yang dinilai, dianalisis dengan analisis statistik.

Oleh karena itu, temuan dari penelitian ini akan disajikan melalui analisis data dalam bentuk angka. Data yang dikumpulkan dan diolah dalam penelitian ini bersifat numerik. Selain itu, penelitian ini juga bersifat lapangan, di mana peneliti secara langsung melakukan penelitian terhadap objek penelitian yang akan diteliti.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Pegadaian UPC Pegondang, sakra, Kec. Sakra, kabupaten Lombok timur, Nusa Tenggara Barat. 83671. Waktu penelitian dilakukan pada Desember 2022 sampai Januari 2023. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah-nasabah dari PT. Pegadaian UPC Pegondang.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode sampel survei. Metode sampel survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat untuk pengumpulan data yang pokok. Menurut M. Nazir (2003) metode ini

digunakan untuk memperoleh keterangan dari responden dimana penelitian hanya sebagai pencari informasi tanpa berusaha mempengaruhi responden.

3.4 Populasi Dan Sampel

Populasi

Populasi merujuk pada seluruh data yang menjadi fokus peneliti dalam suatu ruang lingkup dan periode waktu tertentu. Dalam hal ini, populasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ingin dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya oleh peneliti. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah nasabah yang melakukan transaksi di PT. Pegadaian UPC Pegondang, yang berjumlah sekitar 1500 nasabah.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi. Sampel juga dapat diartikan sebagai wakil atau bagian dari populasi yang akan diteliti. Untuk meminimalisir waktu, dana, dan tenaga maka peneliti dapat mengambil sampel yang harus betul-betul representatif (mewakili) dari populasi yang digunakan.

Dalam penelitian ini mengingat identitas populasi tidak diketahui maka prosedur pencarian responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Syofian Siregan (2013:34), salah satu rumus yang dapat digunakan dalam menentukan besaran sampel adalah dengan rumus slovin :

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

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Error (10% atau 0,1)

Dalam penggunaan rumus tersebut, tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dan margin error 10 % (0,1) maka cara kerjanya dilakukan sebagai berikut:

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 1500 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{1500}{1 + 15}$$

$$n = \frac{1500}{16}$$

$$n = 93,75 = 94 \text{ Orang}$$

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 orang nasabah pada PT. Pegadaian UPC Pegondang Sakra.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Metode observasi sebagai teknik pengumpulan data memiliki karakteristik khusus dibandingkan dengan teknik lainnya seperti kuesioner. Jika kuesioner melibatkan interaksi dengan orang, observasi tidak hanya terbatas pada orang tetapi juga melibatkan objek alam lainnya. Observasi dilakukan dengan mengamati dan mencatat indikator minat nasabah terhadap produk gadai di Pegadaian UPC Pegondang secara sistematis.

b. Kuesioner (Angket)

Angket sebagai alat pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang indikator keberhasilan minat nasabah terhadap produk gadai. Selain itu penggunaan rumus dalam pengambilan sampel secara tidak langsung membuat penelitian terjun kedalam penggunaan *statistic parametric*. Dalam penelitian ini kuesioner melalui *google form* dan angket secara lansung dibagikan kepada nasabah Pegadaian UPC Pegondang.

Adapun alternative jawaban adalah :

- a. Sangat sesuai (SS)
- b. Sesuai (S)
- c. Kurang sesuai (KS)
- d. Tidak sesuai (TS)
- e. Sangat tidak sesuai (STS)

Skala ini dapat dengan mudah digunakan dalam penelitian yang berfokus pada responden dan objek. Dengan menggunakan skala ini, peneliti dapat mempelajari respon yang beragam dari setiap responden.

3.6 Jenis Dan Sumber Data

Jenis Data

Dalam pelaksanaan penelitian, diperlukan data yang akurat agar hasil kajian dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penelitian, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif merupakan jenis data yang mengamati fakta dan gejala dengan kualitas yang dideskripsikan melalui analisis dan logika yang sistematis.

Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat menggambarkan permasalahan dan gejala dengan karakteristik kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data kuantitatif.

Sumber Data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama, baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul data (Sugiyono, 2018:104). Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara langsung dengan pihak Pegadaian.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh dari dokumentasi atau catatan yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder

merupakan data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data (Sugiono, 2015). Dalam penelitian ini, data sekunder terdiri dari hasil observasi awal, pengambilan data dari objek penelitian, serta berupa profil Pegadaian, jumlah nasabah di Pegadaian UPC Pegondang, dan informasi lokasi geografis Pegadaian UPC Pegondang.

3.7 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu variabel independen dan variable dependen. Kedua variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan yang dapat mempengaruhi variabel lain yaitu variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2014:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah promosi, lokasi dan kualitas pelayanan.

b. Variabel Dependen (variabel terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain atau variabel bebas (Sugiyono, 2014:59).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah minat.

3.8 Prosedur Analisis Data

Skala Pengukuran Variabel (Skala Likert)

Pengukuran data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang terdiri dari interval 1-5. Variabel-variabel yang diteliti diukur dan dikategorikan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu. Setiap variabel diukur dengan menggunakan skor yang mengacu pada skala Likert. Menurut

Sugiyono (2014:93) “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”.

Setiap item dalam kuesioner yang diukur dengan mengadopsi skala likert dari lima alternatif jawaban, yaitu:

Tabel 3. 1. Skala Likert

No	Kategori jawaban responden	Skor
1	Sangat sesuai	5
2	Sesuai	4
3	Kurang sesuai	3
4	Tidak sesuai	2
5	Sangat tidak sesuai	1

Nilai rata-rata atau mean masing-masing variabel dimasukkan ke dalam kelas-kelas dengan interval tertentu. Interval kelas tersebut di peroleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}}$$

Nilai tertinggi adalah 5, nilai terendah adalah 1 dan jumlah kelas adalah 5, maka dengan menggunakan rumus di atas diperoleh nilai interval, yaitu:

$$\text{Interval kelas} : \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Interval tersebut digunakan sebagai panduan untuk menetapkan batas bawah dan batas atas setiap kelas, yang nantinya kelas-kelas tersebut akan digunakan untuk mengelompokkan rata-rata dari setiap variabel guna mengetahui hasil penelitian.

Tabel 3. 2. Interval Kelas

Interval	Kategori			
	Faktor Promosi	Faktor Lokasi	Faktor Pelayanan	Minat
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi	Sangat tinggi	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi
3,40 – 4,20	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
2,60 – 3,40	Sedang	Sedang	Sedang	Sedang
1,80 – 2,60	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah
1,00 – 1,80	Sangat Rendah	Sangat rendah	Sangat Rendah	Sangat Rendah

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi keabsahan atau validitas suatu kuesioner. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana akurasi dan kecermatan suatu alat pengukur dalam melakukan fungsi pengukurannya (Suliyanto, 2005:40-42).

Uji validitas menggunakan metode analisis *Person Correlation* dengan bantuan SPSS untuk mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan valid tidaknya alat tes apabila nilai indeks validitas suatu alat tes $> 0,30$ (r kritis) maka alat tes tersebut dinyatakan valid, sebaliknya apabila nilai indeks validitas satu alat tes $< 0,30$ (r kritis) maka alat tes tersebut tidak valid (Sugiyono, 2014).

Rumus korelasi *Product Moment* dari *Person* adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2009:129) :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2 - (\sum y^2)]}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi Product Moment

n : jumlah subjek

x : variable bebas

Σx : jumlah skor item

Σy : jumlah skor

Σxy : jumlah perkalian skor item dan skor total

Σx^2 : kuadrat skor total

Σxy^2 : kuadrat skor item

3.10 Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada tingkat kemampuan instrumen penelitian untuk secara konsisten mengumpulkan data dari kelompok individu (Sugiyono, 2016:183). Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas hasil pengukuran skala tertentu. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan formula alpha Cronbach. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha mencapai $(\alpha) > 0,60$ (Sulistiyo, 2011:46).

Rumus untuk uji reliabilitas yaitu (Sugiyono, 2009) :

$$n = \frac{k}{(k - 1)} \left(1 - \frac{\Sigma Si^2}{Si^2} \right)$$

Keterangan :

n : koefisien reliabilitas

k : mean kuadrat antar subjek

ΣSi^2 : mean kuadrat antar kesalahan

Si : varian total

3.11 Prosedur Analisis Data

3.11.1 Analisis Regresi Berganda (*Multiple Regression*)

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan uji analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Model persamaan regresi secara umum yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat (Komitmen Organisasional)
- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien regresi variabel bebas X1 (kepuasan kerja)
- β_2 = Koefisien regresi variabel bebas X2 (keterlibatan kerja)
- X1 = kepuasan kerja
- X2 = keterlibatan kerja
- e = standar error

3.11.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Bawono (2006:115), pengujian asumsi klasik merupakan langkah yang sangat penting dalam proses analisis regresi. Untuk mengetahui terbebas atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik dari hasil analisis regresi dalam menganalisis sebuah penelitian maka digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.11.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Menurut Gozali (2005:22) Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari

grafik distribusi normal. Menurut Santoso (2004) cara untuk mendeteksi normalitas adalah:

1. Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data tersebar secara signifikan dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.11.2.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2013: 105-106), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Jika terdapat korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel bebas.

Salah satu metode untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas dalam model regresi adalah dengan memeriksa nilai toleransi dan kebalikannya, serta nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan $VIF < 10$ (Ghozali, 2016). Uji asumsi klasik jenis ini ditetapkan untuk analisis regresi linier berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau *independent variable*, kemudian diukur tingkat asosiasi pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi.

3.11.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidakteraturan varians dan residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Jika varians dan residual tetap

konsisten antara pengamatan-pengamatan, disebut sebagai homokedastisitas. Namun, jika terdapat perbedaan varians, maka disebut sebagai heterokedastisitas.

Model regresi yang dianggap baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, menurut Ghozali (2013: 139). Heteroskedastisitas terjadi ketika varians dari variabel gangguan tidak sama untuk setiap pengamatan. Dampak dari heteroskedastisitas adalah estimasi menjadi tidak efisien, baik dalam sampel besar maupun sampel kecil, serta uji t-test dan F-test dapat menghasilkan kesimpulan yang tidak akurat (Bawono, 2005: 133).

Untuk medeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi linier, dapat dilakukan dengan memeriksa scatter plot pada output menggunakan perangkat lunak SPSS. Keputusan dapat diambil berdasarkan evaluasi hasil tersebut:

1. Jika terlihat pola titik-titik yang teratur (merger) yang kemudian menyempit atau bergelombang, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang teratur dan titik-titik tersebar merata sepanjang sumbu Y positif dan negatif, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara variabel dependen dan variabel independen, atau seberapa besar kontribusi variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006: 92-93).

Analisis koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengidentifikasi persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Pengujian ini melibatkan penilaian R^2 dalam hasil analisis persamaan regresi. Semakin mendekati angka 1, menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan semakin akurat sebagai model prediksi terhadap variabel dependen.

3.12.2 Uji F (Kelayakan Model)

Menurut Feerdinand (2014:239) uji F dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis.

Pengujian keberartian koefisien regresi secara menyeluruh menggunakan Uji F dengan derajat kebebasan (df) = $n - k - 1$, pada tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0,05$. Apabila nilai F hitung lebih kecil dari tingkat kesalahan/eror (α) 0,05 (yang telah ditentukan) maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi layak. Sedangkan apabila nilai F hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka dapat dikatakan bahwa model regresi yang diestimasi tidak layak.

Priyatno (2016) mengatakan bahwa salah satu cara melakukan uji F adalah dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan (F_{hitung}) dengan nilai F menurut table (F_{tabel}). H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

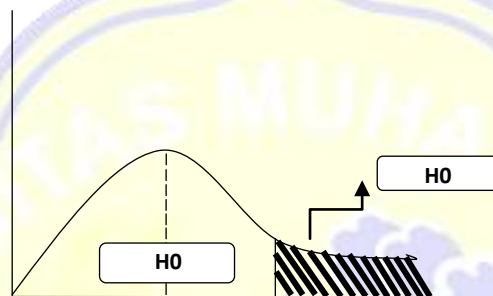
a. Perumusan Hipotesis

H_0 = tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y

H_a = ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y

b. Daerah akritis H_0 Melalui Kurva Distribusi Kurva F

Gambar 3 1. Kurva F



H_0 diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_a diterima jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

3.12.3 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Menurut Bawono (2006: 89), Uji t test digunakan untuk mengevaluasi tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individual, dengan menggunakan uji t statistik untuk setiap variabel independen, dengan tingkat kepercayaan tertentu. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang positif antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh yang positif antara variabel independen dengan variabel dependen.

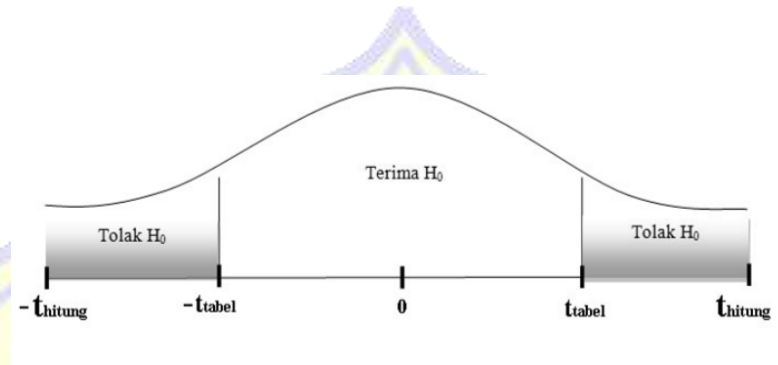
1. Perumusan hipotesis

$H_0 : b_i = 0$, maka tidak ada pengaruh antara variabel X dan Y

$H_a : b_i \neq 0$, maka ada pengaruh antara variabel X dan Y

2. Nilai kritia H_0 melalui kurva normal

Gambar 3 2. Kurva T



3. Kriteria penerimaan atau penolakan

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari kepuasan kerja (X1) dan keterlibatan kerja (X2) terhadap Komitmen Organisasional (Y) secara parsial.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari kepuasan kerja (X1) dan keterlibatan kerja (X2) terhadap Komitmen Organisasional (Y) secara parsial.