

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK TABUNGAN EMAS
DI PEGADAIAN SYARI'AH
(CABANG PALU PLAZA KOTA PALU)**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palu*

Oleh
AULIA HIDAYAH
15.3.12.0124

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
2019**

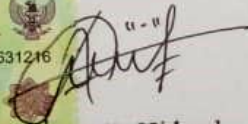
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 18 Juli 2019
Palu, Syawal 1440 H

Penulis,



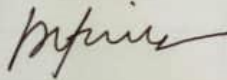

Aulia Hidayah
NIM 15.3.12.0124

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Dipegadaan Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu" oleh Aulia Hidayah NIM: 15.3.12.0124, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diajukan ke ujian tutup.

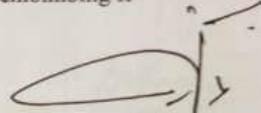
Palu, 18 Juli 2019
Palu, Syawal 1440 H

Pembimbing I



Drs. Saprudin, M.H
NIP. 19621011 199403 1 001

Pembimbing II



Syaakir Sofyan, S. E.L.M.E.
NIP. 19860204 201403 1 002

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Palu



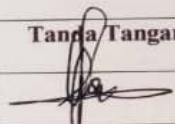

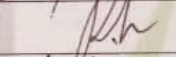
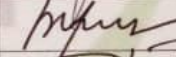

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP:19650505 199903 1002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara **Aulia Hidayah**, NIM: 153120124 dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Mimilih Produk Tabungan Emas Dipegadaian Syariah (Cabang Palu Plaza Kota Palu)”** yang telah diujikan di hadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Palu pada tanggal 26 Juli 2019, bertepatan ... pada tanggal. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jurusan ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 26 Juli 2019

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Sitti Musyahidah, M.Th. I	
Penguji I	Drs. Ahmad Syafi'i M.H	
Penguji II	Irham Pakkawaru, S.E., MSA.Ak	
Pembimbing I	Drs. Sapruddin, M.HI.	
Pembimbing II	Syaakir Sofyan, S. E. I., M.E.	



**Dekan Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam**

Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP.19650505 199903 1002

Mengetahui

**Ketua Jurusan
Ekonomi Syariah**

Dr. Sitti Musyahidah, M.Th.I.
NIP.19670710199903 2 005

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GRAFIK.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
ABSTRAK.....	xiii
BAB I	PENDAHULUAN
A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan masalah.....	8
C. Tujuan dan kegunaan penelitian.....	8
D. Garis-Garis Besar Isi.....	10
BAB II	KAJIAN PUSTAKA
A. Penelitian terdahulu.....	12
B. Kajian Teori.....	14
1. Konsep Promosi.....	14
2. Konsep Kualitas Pelayanan.....	18
3. Konsep Motivasi.....	24
4. Konsep Keputusan Memilih.....	25
C. Kerangka Pemikiran.....	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III	METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel.....	29
D. Devinisi Operasional Variabel.....	31
E. Variabel Penelitian.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Instrumen Penelitian.....	35
H. Teknik Analisis Data.....	36
I. Koefisien Determinasi.....	42
BAB IV	HASIL PENELITIAN
A. Deskripsi Hasil Penelitian.....	44

B. Pembahasan.....	82
--------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	86
--------------------	----

B. Saran	86
----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1	Definisi Oprasionel	32
Tabel 4.1	Sarana dan Prasarana	51
Tabel 4.2	Keadaan Pegawai CPS Palu Plaza	51
Tabel 4.3	Keadaan Pegawai Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.4	Presentase Pegawai Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.5	Deskripsi Kuisisioner	59
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin	59
Tabel 4.7	Keadaan Responden Menurut Usia.....	59
Tabel 4.8	Keadaan Responden Menurut Pekerjaan	60
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen	61
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	62
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Variabel (X1).....	64
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Variabel (X2).....	66
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Variabel (X3).....	68
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Variabel (Y).....	70
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4.17	Uji Simultan (F)	79
Tabel 4.18	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	80
Tabel 4.19	Hasil Koefesien Determinasi	82

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.2	Jumlah Pendapatan	5
------------	-------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Unsur Kunci Dalam Konsep Kualitas	20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Pegadaian	58
Gambar 4.2	Uji Normalitas (Histogram)	73
Gambar 4.3	Uji Normalitas (p-plot)	74
Gambar 4.4	Uji Heteros kedestisitas	75

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah swt. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nya jugalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam Penulis persembahkan kepada nabi besar Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapatkan bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Penulis, Bapak Suarto Abdul Karim dan Ibu Nisma Puspa Sari yang telah membesarkan, mendidik dan membiayai penulis dalam kegiatan studi dari jenjang pendidikan dasar sampai saat ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sagaf S Pettalongi, M.Pd. selaku Rektor IAIN Palu, Bapak DR. H. Abidin. S, Ag., M. Ag selaku wakil rektor I bidang akademik dan Pengembangan lembaga , Bapak Dr. H. Kamaruddin, M. Ag selaku wakil rektor bidang administrasi umum, perencanaan, dan keuangan, dan Bapak Drs. H. Iskandar. M. Sos. I selaku wakil rektor bidang kemahasiswaan dan kerjasama yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam berbagai hal.
3. Bapak Dr. Hilal Malarangan, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palu, Bapak Nurdin, S.Pd, S.Sos. M.Com, Ph.D. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Kemahasiswaan, Kelembagaan dan Kerjasama, Ibu Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag. selaku wakil Dekan Bidang Administrasi umum, Perencanaan dan Keuangan yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan.

4. Ibu Dr. Sitti Musyahidah, M. Th. I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah yang terus memberikan perhatian penuh kepada penulis, membimbing, mendorong, serta memberi semangat kepada penulis dalam menyusun skripsi.
5. Drs.Sapruddin, M.HI selaku Pembimbing I dan Bapak Syaakir Sofyan, S. E.I., M. E. selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
6. Kepala Perpustakaan dan seluruh staf perpustakaan, yang telah banyak membantu dalam memberikan buku-buku yang relevan dengan skripsi yang penulis buat.
7. Bapak/ Ibu Dosen IAIN Palu yang telah mendarmabaktikan ilmunya kepada penulis selama proses studi berlangsung, baik secara teoritis maupun aplikatif.
8. Seluruh Pegawai Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang telah mencurahkan waktu dan tenaganya dalam membantu penulis selama perkuliahan.
9. Teruntuk kakakku yang sangat penulis cintai, Ulfa Hidayah. S.Kep dan Padli Hidayat, terima kasih atas dukungannya baik moril maupun materil dan segenap keluarga besar yang selalu memberikan motivasi serta bantuan saat penulis dalam menjalankan perkuliahan.
10. Terimakasih kepada sahabat terbaikku Sf. Nargis, Sumaryam, Windi S Adam, Nurlina, Sulastri, Dewi Yul, Linda Labone. Hadirnya kalian selama ini memberikan arti dalam setiap perjalanan panjang menempuh gelar sarjana. Sukses untuk kalian semua.

11. Terimakasih kepada Nushatuddin yang selalu membantu, memberikan suport kepada saya, Lindry Saputri, Halimah, Siti Hajar, Elok Dwi Pangesti, Risman U Usman, Arif Nurmansya, Ian, Mila Wati, Ummi Jumiati samad, Andi Leo Saputra, keluarga besar Ukm Muhibbul Riyadhah dan Stisipol Hadirnya kalian penulis mengerti arti sebuah kebersamaan dalam segala perbedaan disetiap perjalanan.
12. Terima kasih kepada segenap keluarga besar Ekonomi Syariah 05_2015, Kak Nia, Reni, Ifha, Riska, Suci, Dina, Risna, Desi, khair, Agus, Tasri, Takbir, Sultan, Zainal, Nargis, iyham, Lina, Windi, Sulastri, yang menjadi guru, teman diskusi, seperjuangan dalam penulisan skripsi, semoga persahabatan ini selalu dalam Ridho-Nya dan apa yang di cita-citakan akan tercapai. aamiin
13. Terima kasih kepada semua teman-teman Ekonomi Syariah 2015 kebersamaannya selama ini dalam perjuangan menggapai impian sebagai seorang Sarjana Ekonomi dan selama 4 tahun perkuliahan akan selalu menjadi pengalaman yang dikenang.
14. Semua pihak yang tidak bisa dituliskan satu per satu, terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, kepada semua pihak, penulis senantiasa mendo'akan semoga segala yang telah diberikan mendapat balasan yang tak terhingga dari Allah swt.

Palu; 18 Juli, 2019M

Penulis



Aulia Hidayah

NIM. 15.3.12.0124

ABSTRAK

Nama Penulis : Aulia Hidayah
NIM : 15.3.12.0124
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas DiPegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu

~~Pada penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah. Permasalahan penelitian ini merujuk pada tabungan emas yang diresmikan serentak di pegadaian konvensional maupun syariah pada tahun 2015. Sampel penelitian ini adalah nasabah tabungan emas di pegadaian syariah cabang palu plaza.~~

Penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data melalui observasi, angket/kuesioner dokumentasi, dan studi pustaka dengan jumlah sampel sebanyak 92 sampel. Tekni pengambilan sampel yang digunakan adalah *Analisis Regresi Berganda*. Analisis data akan dilakukan setelah mentabulasi data kemudian melakukan uji validitas dan realibilitas lalu dilanjutkan dengan mengolah data menggunakan aplikasi SPSS versi 16.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, sesuai dengan rumusan masalah dapat disimpulkan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk, sedangkan promosi dan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk.

Dari Kesimpulan diatas disarankan, pegadaian haruslah memberikan informasi yang sangat jelas dan mudah dipahami oleh nasabah serta perlu adanya rasa perhatian yang bersifat Individual oleh pegawai kepada nasabah ketika melakukan promosi baik secara langsung maupun dalam bentuk media/brosur.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi, Keputusan Memilih Produk

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada masa kemerdekaan, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 178 tahun 1961, status lembaga pegadaian adalah jawatan pegadaian. Kemudian dengan Peraturan Pemerintah Nomor 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990, perusahaan Jawatan Pegadaian diubah menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian. Terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian.

Satu hal yang perlu dicermati bahwa Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1990 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba, di mana misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP.No.103 tahun 2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian sampai sekarang. Setelah melalui kajian yang panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah¹

Sistem ekonomi Islam mulai disepakati oleh pemerintah ditandai dengan berdirinya usaha-usaha yang berbasis syariah seperti bank syariah pasar modal syariah serta aktivitas ekonomi syariah lainnya yang berkembang akhir ini. Diantaranya adalah pegadaian syariah.² Keberadaan pegadaian syariah sangat dibutuhkan oleh masyarakat kelompok ekonomi lemah yang sangat rasional untuk

¹Martono, *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. (Yogyakarta: EKONISIA, 2004), h.168

²Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah; Deskripsi dan Ilustrasi* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h. 158

memanfaatkan jasa pegadaian syariah apabila memberikan kemudian dalam barang jaminan, cepat dan mudah sehingga mereka merasa tertolong sehingga keberadaan pegadaian syariah sebagai rahmatan lil'alamin akan terasakan.

Dalam pegadaian syariah atau rahn terdapat beberapa istilah jadi orang yang menyerahkan barang gadai disebut rahin orang yang menerima barang gadai disebut murtahin dan barang yang digadaikan yaitu marhun.³ Produk-produk pegadaian syari'ah bermacam-macam disediakan untuk masyarakat misalnya Ar-Rahn, Mulia, pembiayaan, krista dan lain sebagainya. Produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan.⁴

Berdasarkan Pasal 92 Undang-undang Nomor 19 Tahun 2003 Tentang BUMN, dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 Tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perum menjadi PT. Pegadaian (Persero). Perubahan Perum menjadi PT. Pegadaian (Persero) sebagaimana terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 Tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Perum menjadi PT. Pegadaian (Persero) adalah dalam rangka lebih meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan penyaluran pinjaman khususnya masyarakat menengah kebawah, usaha mikro, usaha kecil, dan menengah.⁵

³Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah* (Cet: I; Bandung: Alfabeta, 2009), h. 30

⁴Abdul Ghofur Anshari, *Gadai Syariah di Indonesia*, (Jakarta: Gajah Mada University Press, Tahun 2006), h. 47

⁵Julianty M Papatungan, "Akibat Hukum Perubahan Status Perusahaan Umum (Perum) Menjadi Perseroan Terbatas PT. Pegadaian (Persero)", Jurnal, Fakultas Hukum Program Pascasarjana (S2) Universitas Hasanuddin Makassar, Vol III, No. 2, 28 Februari 2019, h. 3

Kegiatan gadai syariah merupakan suatu gejala ekonomi yang baru lahir semenjak regulasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah. Regulasi ini direspon oleh Dewan Syariah Nasional dengan mengeluarkan Fatwa Nomor 25/DSN-MUI/III/2002 Tentang Rahn dan juga Fatwa Nomor 26/DSNMUI/III/2002 Tentang Rahn Emas.⁶

Hadirnya Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza ditengah masyarakat Kota Palu yang telah lebih dulu mengenal Pegadaian konvensional bukan hal yang mudah. Memerlukan usaha yang sangat giat untuk memperkenalkan dan merebut hati masyarakat. Sehingga pimpinan dan staf melakukan berbagai langkah pemasaran dalam memperkenalkan, merebut hati melalui pemasaran produk dan meningkatkan kualitas pelayanannya. UPS Palu Plaza dituntut untuk mempunyai strategi pertahanan untuk merebut dan mempertahankan nasabah melalui kualitas produk dan jasa, yaitu waktu penyerahan lebih cepat, pelayanan lebih baik dibandingkan pesaingnya, dan empati yang tinggi kepada nasabah agar ikut dalam persaingan.

Tabungan emas adalah produk baru di Pegadaian yang melayani pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Produk tabungan emas ini diluncurkan dengan tujuan untuk memfasilitasi masyarakat yang ingin membeli emas dengan modal yang seminimal mungkin. Berbeda dengan kredit emas di perbankan, tabungan emas bisa didapat

⁶Ahmad Supriyadi, “*Struktur Hukum Pegadaian Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif*”, Jurnal Penelitian Islam, STAIN Kudus Program Dorktor Pascasarjana IAIN Walisongo Semarang, Vol. III, No.2 Januari-Februari 2019.

dengan modal yang sangat kecil, tidak ada jangka waktu untuk angsuran, dan tidak menggunakan jaminan apapun. Apalagi bukan hanya orang tua saja yang bisa membuka tabungan emas di Pegadaian, anak sekolah pun juga bisa mulai menabung emas.

Seiring berjalannya waktu, pegadaian syariah berhasil menduduki peringkat terbaik dan omset tertinggi dimata Kanwil Manado dan berhasil menundukan para pesaing pegadaian yang ada di Kota Palu khususnya Pegadaian yang pertama kali berdiri yaitu Cabang Palu Barat, Cabang Talise, Cabang Palu Timur dan Palu Selatan.⁷ Dilihat dari data tabel PT. Pegadain Syariah Cabang Palu Plaza tahun 2018 kinerja perusahaan baik dari sisi maupun keuangan mengalami pertumbuhan rata-rata pada produk tabungan emas.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza
Tahun 2015-2018

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2015	1.110
2	2016	1.188
3	2017	1.333
4	2018	1.147

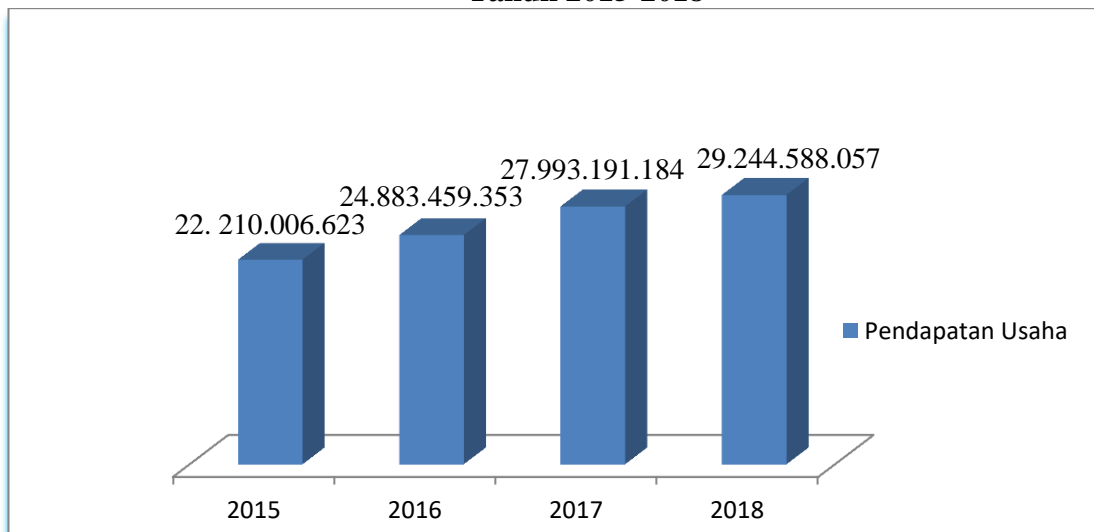
Sumber: Laporan tahunan PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, 2019.

Grafik di atas menyatakan Pada tahun 2015 ke tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 78 nasabah, sedangkan tahun 2016 ke tahun 2017 mengalami peningkatan yang signifikan sebanyak 143 nasabah. Pada tahun 2018 terdapat penurunan drastis sebanyak 186 dari jumlah nasabah yang diperoleh pada tahun

⁷Anwar Hidayat, Kepala Unit Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza “wawancara” di Ups Cabang Palu Plaza 24 Desember 2018

2017. Namun, tidak mempengaruhi jumlah pendapatan PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Grafik 1.2
Jumlah Pendapatan Usaha PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza
Tahun 2015-2018



Sumber: PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, 2019.

Di lihat dari grafik di atas, menunjukkan bahwa pendapatan PT. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza dari tahun 2015 sampai 2018 terus mengalami peningkatan. Namun, peningkatan yang paling signifikan yaitu pada tahun 2016 ke tahun 2017 sebesar Rp.3.109.731.831 Miliar.

Dari data di atas, dapat dikatakan bahwa dari awal peluncurannya tabungan emas mulai menarik minat masyarakat untuk membuka rekening tabungan emas. Dalam teori Black Box yang dipaparkan Kotler, promosi merupakan salah satu faktor dalam proses keputusan pembelian. Promosi merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun

hubungan pelanggan⁸ Tujuan dengan diadakannya kegiatan promosi yaitu menciptakan atau meningkatkan awareness produk atau brand, meningkatkan preferensi brand pada target pasar, meningkatkan penjualan atau market share, mendorong pembelian ulang merek yang sama, memperkenalkan produk baru, dan menarik pelanggan baru.⁹

Promosi memainkan peranan yang sangat penting dalam menempatkan posisi di mata dan benak pembeli, karena promosi pada hakekatnya untuk memberitahukan, mengingatkan, membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian.¹⁰ Promosi merupakan cara untuk memberitahukan tabungan emas kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui apa itu tabungan emas dan fungsi dari tabungan emas tersebut. Bauran promosi atau promotional mix dibagi menjadi lima sarana promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung.¹¹

Selain itu, pertumbuhan perusahaan jasa harus diikuti dengan kualitas pelayanannya. Pada prinsipnya definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.¹² Pelayanan jasa dari tahun ke tahun

⁸Philip Kotler dan Gery Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Penerbit Erlangga 2008), h. 116

⁹Ali Hasan. *Marketing*, (Yogyakarta : Medpress 2009), h. 367

¹⁰Herry Widagdo. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 1 No. 1 September 2011, h.3

¹¹*Ibid.*, h. 117.

¹²Fandi Tjiptono. *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta : Bau Media 2011), h. 331

harus mengalami peningkatan karena kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa menjadi salah satu aspek dalam memilih suatu produk pada suatu perusahaan.

Bila harapan pelanggan tidak realistis, maka persepsi kualitas total (total perceived quality) akan rendah, walaupun kualitas yang dialami baik.¹³ Kualitas pelayanan yang stagnan dan tidak ada perubahan dalam melayani pelanggan dapat mengakibatkan konsumen akan pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain.

Dalam usaha memasarkan tabungan emas, pihak pegadaian juga harus menumbuhkan motivasi menabung pada diri masyarakat. Masyarakat harus terdorong untuk menabung sehingga masyarakat mau memilih tabungan emas di Pegadaian tersebut. Motivasi merupakan hasrat di dalam seseorang menyebabkan orang tersebut melakukan suatu tindakan.¹⁴ Sebuah motif atau dorongan adalah kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.¹⁵

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Cabang Palu Plaza Kota Palu)”**.

¹³*Ibid.*,h. 333.

¹⁴Wilson Bangun. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. (Jakarta : Penerbit Erlangga 2012), h. 312

¹⁵Philip Kotler dan Gery Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta : Penerbit Erlangga 2001), h. 212

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza?
3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza?
4. Apakah promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah Syariah Cabang Palu Plaza?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.
2. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.
3. Mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

4. Mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi terhadap keputusan memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah, sehingga dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan.
- b. Untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana dengan menempuh ujian akhir Ekonomi Syariah S1 Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palu.

2. Bagi Akademik,

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

3. Bagi Pegadaian Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan untuk meningkatkan sosialisasi tentang promosi, kualitas pelayanan serta motivasi dalam memilih produk tabungan emas pegadaian syariah.

4. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta kemampuan dalam hal kepenulisan dan analisis.

D. Garis-garis Besar Isi

Sistematika penelitian pada skripsi ini terdiri dari 5 bab. Keseluruhan bab yang ada menggambarkan alur pemikiran dalam penelitian ini. Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang yaitu gambaran secara singkat permasalahan tentang penelitian yang dilakukan, rumusan masalah yaitu uraian permasalahan penelitian dari latar belakang yang dibuat dalam bentuk pertanyaan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini dan manfaat penelitian bagi akademik, lembaga, dan peneliti, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang di dalamnya terdapat 4 pembahasan yaitu telaah pustaka, kerangka teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Peneliti membagi kerangka teori yang dirasa sesuai dan mendukung penelitian ini adalah teori perilaku konsumen yang dipaparkan oleh Kotler dan Amstrong yaitu teori Black Box.

Bab ketiga menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini, akan dibahas tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, analisis statistik deskriptif, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan alat uji statistik.

Bab IV merupakan bab hasil dan pembahasan yang berisikan tentang hasil penelitian yang telah diolah menggunakan SPSS 16 *for windows* dan Pembahasan dari hasil penelitian yang telah diolah.

Ban V merupakan bab penutup yang memuat tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya berdasarkan metode penelitian yang telah ditentukan/gunakan. Ada beberapa penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai acuan didalam penelitian ini diantaranya adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Atanasius Hardian Permana Yogiarto
Judul Penelitian	Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan). ¹⁶
Hasil Penelitian	Berdasarkan analisis regresi menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah.
Persamaan	Sama-sama meneliti tentang keputusan memilih produk.

¹⁶Atanasius Hardian Permana Yogiarto. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)*. Diss. Fakultas Ekonomi, 2015.

Perbedaan	Jenis penelitian yang digunakan berbeda.
Nama Peneliti	Maulidiya
Judul Penelitian	Analisis Penerapan Segmentasi Pasar pada Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. ¹⁷
Hasil Penelitian	Menunjukkan bahwa Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya telah melakukan segmentasi pasar secara baik hingga akhirnya dapat menarik nasabah, hal ini dibuktikan dengan adanya kenaikan jumlah nasabah tabungan emas yang setiap bulannya melebihi target.
Persamaan	Sama-sama menggunakan produk tabungan emas
Perbedaan	Peneliti terdahulu menganalisis penerapan segmentasi pasar pada produk tabungan emas. Sedangkan peneliti sekarang menganalisis pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas dipegadain syariah kota palu.
Nama Peneliti	Nafila Baladraf
Judul Penelitian	Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah dalam

¹⁷Maulidiya. *Analisis Penerapan Segmentasi Pasar pada Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017

	Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo. ¹⁸
Hasil Penelitian	Nilai taksiran berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi nasabah dalam menggadaikan emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri. Besarnya pengaruh penetapan nilai taksiran terhadap motivasi sebesar 53,1% sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain.
Persamaan	Variabel independen, menggunakan analisis regresi sederhana.
Perbedaan	Variabel dependen. Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian.

B. *Kajian teori*

1. **Konsep Promosi**

a. Pengertian Promosi

Bagi banyak orang, peluang untuk menghadapi pekerjaan lebih memberikan tantangan, atau untuk lebih mengambil putusan sendiri daripada melaksanakan putusan orang lain, sangatlah menarik. Sesungguhnya keinginan untuk mandiri paling tidak dalam skala minimum atas kemampuan perusahaan, merupakan relisasi kematangan emosional. Jadi, kesempatan untuk promosi sering berperan sebagai faktor pendorong yang sangat penting. Kesempatan tersebut

¹⁸Nafila Baladraf, *Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, 2013

dapat menjawab mengapa para tenaga kerja dengan ijazah-ijazah yang memadai bersedia magang pada pekerjaan yang sebenarnya tidak begitu mereka senangi tetapi memenuhi syarat untuk dipromosikan. Peluang untuk promosi juga menjadi alasan mengapa tenaga kerja muda tidak menerima tawaran pekerjaan semata-mata dengan alasan gaji pemulaan yang tinggi. Mereka lebih tertarik kepada jenis pekerjaan yang dapat mempromosikan mereka dengan tingkat gaji yang paling tinggi.¹⁹

Dalam dunia bisnis, promosi, terutama ditingkat pertama penyeliaan dianggap sebagai imbalan. Karena imbalan tersebut tentu tidak dapat diberikan kepada setiap individu tenaga kerja maka harus dibagikan sedemikian rupa sehingga tidak menyebabkan penda pendapat. Sebagian besar perusahaan yang bersifat konservatif, promosi biasanya hanya didasarkan pada senioritas.²⁰ Promosi memiliki makna yang penting bagi perusahaan, sebab dengan kegiatan promosi berarti kelangsungan perusahaan terjaga.²¹

Promosi dapat diartikan sebagai proses berubah dari satu pekerjaan kepekerjaan lain dalam hierarki wewenang dan tanggung jawab yang lebih tinggi daripada dengan wewenang dan tanggung jawab yang telah diberikan kepada tenaga kerja pada waktu sebelumnya. Promosi adalah proses menaikkan tenaga kerja kepada kedudukan yang lebih bertanggung jawab. Kenaikan tersebut tidak kepada pekerjaan yang lebih berat atau kebebasan beroperasi tetapi kurang

¹⁹B.Siswanto Sastrohadiwiryo, *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2002), h. 257

²⁰*Ibid.*

²¹*Ibid.*, h. 258

penyeliaan. Promosi biasanya diimbangi dengan kenaikan kompensasi bagi tenaga kerja yang bersangkutan.²²

b. Prinsip Promosi sebagai Langkah Pembinaan Tenaga kerja

Manajemen pada umumnya adalah sekumpulan keterampilan yang melibatkan penerapan prinsip-prinsip tertentu sebagai pedoman untuk melakukan tindakan. Prinsip tersebut dapat diajarkan kepada tenaga kerja atau dapat ia konklusikan, tetapi aplikasinya hanya dapat dipelajari. Saya dapat mengajarkan prinsip-prinsip pengabdian pada masyarakat kepada anda, tetapi anda tidak akan belajar mengabdikan sebelum Anda terjun ke masyarakat luas dan mendapat cara anda sendiri untuk menggunakan prinsip-prinsip tersebut. Demikian pula prinsip promosi dapat diajarkan, tetapi satu-satunya cara untuk belajar menggunakannya ialah mencoba mengelolanya.²³

Promosi sebagai langkah pembinaan tenaga kerja mutlak dilakukan manajemen pada setiap hierarki perusahaan. Dengan demikian, promosi dianggap sebagai kegiatan yang telah mendapatkan prioritas perencanaan sebelumnya, bukan hanya merupakan kegiatan yang spontanitas karena merupakan ganjaran atas prestasi sementara tenaga kerja yang bersangkutan.

c. Strategi Promosi

Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Dalam kegiatan ini setiap perusahaan berusaha mempromosikan seluruh produk jasa yang dimilikinya, baik langsung maupun tidak langsung.

²² *Ibid.*,

²³ *Ibid.*,h. 259

Tanpa promosi pelanggan tidak dapat mengenal produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumennya. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru. Paling tidak ada empat macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap perusahaan dalam mempromosikan produknya, baik barang maupun jasa.

Keempat macam sarana promosi yang dapat digunakan adalah:

1. Periklanan (advertising)

Iklan merupakan sarana promosi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menginformasikan, menarik, dan memengaruhi calon konsumennya.

2. Promosi penjualan (sales promotion)

Penggunaan dan pemilihan media iklan tergantung dari tujuan perusahaan. Masing-masing media memiliki tujuan dan segmentasi sendiri.

3. Publisitas (publicity)

Publisitas merupakan kegiatan promosi untuk memancing pelanggan melalui kegiatan, seperti pameran, bakti sosial, serta kegiatan lainnya.

4. Penjualan pribadi (personal selling)

Dalam dunia bisnis penjualan pribadi secara umum dilakukan oleh salesman dan salesgirl dengan cara *door to door*.²⁴

²⁴Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006), h. 183.

d. Tujuan Promosi

Hampir setiap kegiatan promosi diharapkan berdampak positif pada perusahaan. Tidak ada perusahaan yang mengharapkan perusahaannya mengalami kemunduran dan kebangrutan. Alternatif jatuh pada pilihan bagaimana melaksanakan program promosi bagi tenaga kerjanya sehingga berdampak positif pada perusahaan. Tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan promosi, antara lain meningkatnya moral kerja, meningkatnya disiplin kerja, terwujudnya iklim organisasi yang menggairahkan dan meningkatnya produktivitas kerja.

2. Konsep Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pada praktiknya terdapat dua sifat jenis pelanggan yaitu pelanggan yang cerewet dan pelanggan atau konsumen yang menerima apa adanya. Karyawan atau instansi yang melakukan kegiatan harus memahami kedua jenis pelanggan tersebut agar pelayanan yang diberikan menjadi maksimal. Tiap jenis pelanggan harus ditangani dan harus diselesaikan dengan cara-cara tersendiri. mengingat karakter kedua jenis pelanggan ini sangat berbedanya.

Pengertian kualitas pelayanan adalah kemampuan sebuah perusahaan memberikan layanan yang dapat membuat pelanggan merasa puas sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Artinya pelanggan akan terus merasa dan akan terus menambah transaksi atau konsumsinya dari waktu ke waktu. Lebih dari itu, pelanggan akan menceritakan kepuasannya kepada pihak lain, sehingga menjadi ajang promosi gratis bagi perusahaan. Kemampuan memberikan kepuasan ini juga tidak lepas dari kemampuan sumber daya manusia dalam melayani serta

ketersediaan sarana dan prasarana yang dimiliki guna menunjang pelayanan tersebut.²⁵

Pekerjaan menjual belum selesai ketika terjadi penjualan. Penjual harus memperbanyak jasa dan bantuan bagi konsumen untuk menjamin kepuasan mereka dan mengulangi hubungan bisnis. Sayangnya, ini merupakan bagian lain yang sering tidak dikerjakan penjual dengan baik. Wiraniaga seharusnya menindaklanjuti setiap penjualan untuk memastikan bahwa tidak terdapat masalah dengan jadwal pengiriman, mutu barang atau tagihan pelanggan.²⁶

Seperti ditunjukkan dalam model dibawah ini, dapat dilihat sesuai dengan arah jarum jam, aspek kualitas juga memiliki implikasi bagi pelayanan pelanggan dan pemasaran produk atau jasa organisasi yang berkualitas seperti yang dilihat oleh pelanggan.²⁷

²⁵Kasmir, *Costumer Service Excellent: Teori dan Praktik*. (Cet I. Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2017), h. 64

²⁶Harper W. Boyd, *at.all, Marketing Management: A Strategic Approach With Global Orientation*. terj Imam Nurmawan. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, (Edisi II Jilid ii. Jakarta: Erlangga, 2000), h. 110

²⁷ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa: Pendekatan terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005, h. 51

Gambar 2.1

Unsur Kunci dalam Konsep Kualitas

Sumber: Simon A. Burtonshaw-Gun, *Alat dan teknik Analisis Manajemen*



(2011).

Menerapkan pelayanan seperti gambar di atas dapat menciptakan kualitas layanan yang baik yang diharapkan pelanggan.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasurama Berry dan Zeithaml dalam Farida Jasfar, mengemukakan lima dimensi kualitas jasa/pelayanan. Kelima dimensi tersebut adalah sebagai berikut.²⁸

1) *Realibility* (Kehandalan)

Realibility (Kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya

²⁸ Jasfar, *Manajemen*, h. 51

(*dependably*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

2) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Responsiveness (daya tanggap), adalah kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Memberikan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan yang negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.

3) *Assurance* (Jaminan)

Assurance (jaminan) meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personel untuk menghilangkan sifat keraguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

4) *Empathy* (Empati)

Empathy (empati), yang meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.

5) *Tangibles* (Produk-produk Fisik)

Tangibles (produk-produk fisik) tersedianya fasilitas fisik perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

Kelima dimensi di atas, dapat dipahami bahwa dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan haruslah memberikan informasi-informasi yang tepat dan jelas sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan begitu akan membuat konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

c. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Berkaitan dengan pelayanan, hubungan kerja atau bisnis, dalam Islam telah mengatur bahwa setiap orang maupun organisasi wajib memberikan pelayanan yang berkualitas serta tidak memberikan pelayanan yang buruk. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa tidak boleh memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.

Oleh karena itu, variabel-variabel yang akan diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja. Namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut, yaitu sebagai berikut:

1) Profesional (*Fathanah*)

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.²⁹ Ada beberapa karakteristik yang terkandung dalam jiwa *Fathanah* antara lain: Mereka bersifat *proaktif*, ingin memberikan kontribusi positif bagi lingkungannya. Dari pengalaman yang tidak memang dia miliki akan memberikan sebuah keputusan yang terbaik dan menjauhi hal-hal yang akan merugikan bagi orang lain.³⁰ Sesuai firman Allah swt dalam potongan ayat Q.S. Al-Maidah (5): 2.

²⁹Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani Impres, 2003), h. 63

³⁰*Ibid.*, h. 219

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ

شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahannya:

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah sangat berat siksa-Nya” (Q.S Al-Maidah (5): 2).*³¹

Firman Allah *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan”*, yakni melakukan apa-apa yang diperintahkan kepadamu, *“dan takwa”* dengan meninggalkan apa-apa yang dilarang bagimu, *“dan janganlah kamu tolong-menolong dalam berbuat dosa”*, yakni berbuat maksiat *“dan pelanggaran hukum”*, maksudnya melanggar batas-batas Allah. *“Dan bertakwalah kepada Allah”* maksudnya takutlah kepada siksaannya dengan cara mematumhinya. *“Sesungguhnya Allah maha berat siksanya”* bagi orang yang menyelisihinya.³² *“Ayat ini merupakan prinsip dasar dalam menjalankan kerjasama dengan siapapun, selama tujuannya adalah kebajikan dan ketakwaan.”*³³

3. Konsep Motivasi

a. Pengertian Motivasi

³¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004), h. 141

³²Al-Imam Jalaluddin Muhammad Al-Mahali dan Al-Iman Jalaluddin Abdurrahman As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain* . Jilid 1 (Surabaya: PT Elba Fitra Mandiri Sejahtera, 2015), h. 426

³³M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasisan Al-qur'an*. Vol 3, (Ciputat: Lentera hati, 2001), h. 7

Motivasi merupakan istilah yang lazim digunakan untuk mengetahui maksud seseorang atas suatu hal untuk mencapai tujuan tertentu, misalnya uang, keselamatan, prestise, dan sebagainya. Namun demikian, tujuan khusus yang tampaknya diperjuangkan banyak orang dalam analisis kerap kali berubah menjadi alat untuk mencapai tujuan lain, yang dipandang lebih fundamental. Dengan demikian, kekayaan, rasa aman (keselamatan), atatus, dan segala macam tujuan lain yang dipandang sebagai “kausalitas” perilaku hanya merupakan hiasan semata-mata untuk mencapai tujuan akhir setiap orang, yakni menjadi diri sendiri.

Motivasi terakhir setiap individu adalah merealisasikan konsep dirinya: hidup dalam suatu cara yang sesuai dengan peran yang lebih disukai, diperlukan sesuai dengan tingkatan yang lebih disukai, dan dihargai sesuai dengan cara yang mencerminkan penghargaan seseorang atas kemampuannya. Oleh karena itu, individu senantiasa mencari apa yang mereka pandang sebagai peran yang cocok bagi dirinya, sambil berusaha merealisasikan gagasan subjektif mengenai dirinya sebagai kebenaran objektif. Pengalaman individu hamper senantiasa membenarkan kenyakinannya bahwa sikap dasar individu harus benar, karna sikap tersebut sesuai dengan realitas lingkungan hidup yang khas karena individu menghargai pengalaman dan pengelolanya sesuai dengan lingkungan tersebut kedalam system kenyakinan individu.

Barelson dan Steiner mendefinisikan motivasi sebagai “all those inner striving conditions variously described as wishes, desire, needs, drives, and the like” (Machrany,1985). Dengan demikian, motivasi dapat diartikan sebagai keadaan kejiwaan dan sikap mental manusia yang memberikan energi, mendorong

kegiatan atau menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku ke arah mencapai kebutuhan yang memberi kepuasan atau mengurangi ketidakseimbangan.

Bentuk motivasi dalam praktek, hampir dalam setiap perusahaan menganut versinya sendiri yang lebih kurang tradisional dalam mengancang motivasi. Perbedaan yang terdapat antara satu perusahaan dengan perusahaan lain dalam pemberian motivasi hampir selalu terletak pada gaya, selera, atau tekanan, dan bukan dalam jenisnya.³⁴

4. Konsep Keputusan Memilih

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan.³⁵

Secara umum manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul dari tindakannya sebelum melakukan sebuah perilaku tertentu. Konsumen yang terangsang kebutuhannya akan mulai terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Konsumen dalam tahap ini dapat dibagi menjadi dua level. Pertama: penguatan perhatian. Level ini menunjukkan situasi pencarian bersifat lebih ringan, hanya sekedar lebih peka pada informasi produk. Kedua: aktif mencari informasi. Konsumen akan lebih aktif untuk

³⁴ *Ibid.*, h. 270

³⁵ Philip Kotler and Keller, Kevin Lane. *Marketing management*. 14th edition. New Jersey: Prentice 2012, h. 166

mencari informasi melalui bahan bacaan, menelpon teman maupun mengunjungi toko untuk mempelajari suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan unsur penting dalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak mengetahui mengenai apa yang ada dalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sedang, dan setelah melakukan pembelian produk tersebut.

Konsumen berasal dari bahasa asing (belanda inggris), *consumer* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna yang diterjemahan dari kata *user* dari kata bahasa inggris. Pengertian lain dari konsumen adalah pemakai, pemirsa, dan masih banyak lagi.³⁶

C. Kerangka Pemikiran

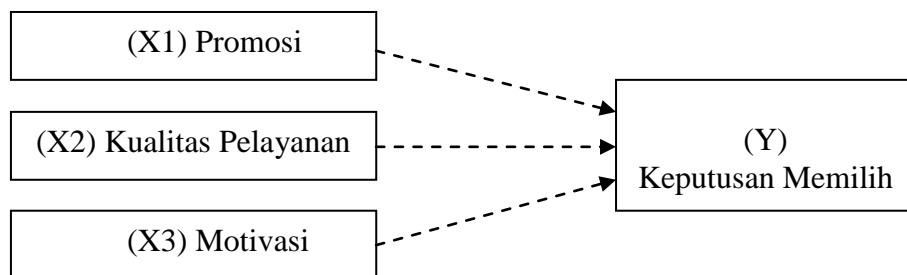
Pengaruh Promosi, kualitas pelayanan dan motivasi erat kaitannya dengan keputusan memilih produk. Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan motivasi merupakan penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik, sedangkan keputusan memilih adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan dibanding dengan harapannya.

Keputusan memilih dapat tercipta dengan adanya pengaruh promosi diimbangi dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan motivasi

³⁶H. Mulyadi Nasusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2012) h. 24.

yang timbul dalam diri. Dengan kata lain semakin besar pengaruh promosi, baiknya kualitas pelayanan serta timbulnya motivasi pada diri maka akan semakin besar keputusan nasabah untuk memilih produk tabungan emas di Pengadain Syariah Cabang Palu Plaza.

Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari suatu penelitian yang perlu dibuktikan. Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis dirumuskan sebagai berikut :

H₁ : diduga promosi (X₁) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah cabang Palu Plaza (Y).

H₂ : diduga kualitas pelayanan (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah cabang Palu Plaza (Y).

H₃ : diduga motivasi (X₃) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah cabang Palu Plaza (Y).

H₄ : diduga promosi (X₁) kualitas layanan (X₂) dan motivasi (X₃) bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat untuk memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah cabang Palu Plaza (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian verifikatif³⁷ dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan statistik karena dalam pelaksanaannya, meliputi data, analisis, dan interpretasi tentang arti dari data yang diperoleh, instrument penelitian ini menggunakan kuesioner. penelitian ini juga dimaksud untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan bertempat di Pegadaian Syariah Palu Plaza. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan terdapat 8 unit pegadaian syariah yang terbagi pada masing-masing daerah yaitu : 1 UPS bertempat di Kabupaten toli-toli, 1 UPS di Parigi dan 6 UPS bertempat di Kota Palu.³⁸ Adapun alasan memilih lokasi di UPS Cabang Palu Plaza karena lokasi tersebut berada di tengah-tengah pasar sehingga banyak orang memilih untuk bertransaksi di Ups tersebut.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

³⁷Sugiyono. Penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis dengan metode statistik. 2014. h.8

³⁸Anwar Hidayat, Kepala Unit Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza “wawancara” di Ups Cabang Palu Plaza 28 Desember 2018

Sebelum mengemukakan populasi yang akan diteliti, penulis akan menjelaskan mengenai populasi sebagai berikut.

Wiratna Sujarweni, bahwa populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁹

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang menggunakan tabungan emas Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza dan jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah 1.147 nasabah aktif tahun 2018 yang menggunakan tabungan emas.

2. Sampel

Peneliti yang meneliti seluruh elemen-elemen populasi, disebut 'sensus', dan jika meneliti sebagian dari elemen-elemen tertentu suatu populasi, disebut penelitian '*sampel*'.⁴⁰

Menurut Soehartono yang mengutip pendapat dari Atherton dan Klemmack bahwa, "Terdapat dua syarat yang harus dipenuhi dalam prosedur pengambilan sampel, yaitu sampel harus representatif (mewakili), dan besarnya harus memadai".⁴¹

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat

³⁹Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), h. 65.

⁴⁰Rosady Ruslan. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 139.

⁴¹*Ibid*, h. 149.

diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁴²

Sampel dalam penelitian ini adalah semua nasabah yang menggunakan tabungan emas Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza dari tahun 2018. Untuk menemukan jumlah sampel yang diperlukan, maka peneliti menggunakan rumus *slovin* dalam siregar yaitu:⁴³

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

Diminta :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (Seluruh nasabah yang menggunakan tabungan emas tahun 2018)

e = Batas toleransi kesalahan

Jika populasi (N) = 1.147 nasabah dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel (e) sebesar 10% maka besar populasi adalah:

$$n = \frac{1.147}{1+1.147(0,1)^2} = \frac{1.147}{1+1.147(0,01)} = \frac{1.147}{1+11,47} = \frac{1.147}{12,47} = 91,9 = 92$$

Jadi (n) dalam penelitian ini adalah 92 nasabah Pegadaian Syariah Palu Plaza.

D. Definisi Oprasional Variabel

Definisi operasional variabel tidak lain adalah untuk menentukan ciri-ciri (indikator) variabel agar penelitian ini lebih terarah. Agar lebih jelas Peneliti menyajikan tabel yang dapat menggambarkan operasional variabel pada tabel di bawah ini.

⁴²Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2009), h. 81.

⁴³Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif* (dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS) (Jakarta: Kencana, 2013),34.

Tabel 3.1

Definisi Operasional

No	Variabel	Defenisi Operasional Variabel	Indikator
1.	Promosi (X1)	Promosi berarti aktivitas mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan untuk membeli.	a. Periklanan b. Promosi Penjualan c. Publisitas dan Penjualan Pribadi Sumber: Philip Kotler dan Kasmir
2.	Kualitas Pelayanan (X2)	Kemampuan sebuah perusahaan memberikan layanan yang dapat membuat pelanggan merasa puas sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.	a. Kehandalan b. Daya Tanggap c. Jaminan d. Empati dan Produk fisik Sumber: Jafar
3.	Motivasi (X3)	Pendorong suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar tergerak untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.	a. Pekerjaan b. Gaya Hidup c. Kepribadian Sumber: Philip Kotler dan Keller
4.	Keputusan Memilih Produk (Y)	Suatu bagian pokok dalam perilaku konsumen yang mengarah kepada pembelian produk atau jasa.	a. Kualitas produk. b. Promosi harga. c. Dorongan dari dalam diri Sumber: Bemby Agustian

E. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh Peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁴

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

a. Variabel Independen

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁴⁵ Adapun yang merupakan variabel bebas (X) adalah faktor promosi, kualitas pelayanan dan motivasi.

Secara umum, jenis variabel (dilihat dari sifat hubungan antar variabel) dapat dibedakan pada variabel independen dan variabel dependen. Istilah variabel independen dan variabel dependen berasal dari logika matematika, di mana X dinyatakan sebagai yang ‘mempengaruhi atau sebab’ dan Y sebagai yang ‘dipengaruhi atau akibat’.

b. Variabel Dependen

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena

⁴⁴Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), h. 38.

⁴⁵*Ibid*, h. 39.

adanya variabel bebas.⁴⁶ Yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan memilih.

Secara umum, jenis variabel (dilihat dari sifat hubungan antar variabel) dapat dibedakan pada variabel indenpenden dan variabel dependen. Istilah variabel independen dan variabel dependen berasal dari logika matematika, di mana X dinyatakan sebagai yang ‘mempengaruhi atau sebab’ dan Y sebagai yang ‘dipengaruhi atau akibat’.

Definisi operasional variabel tidak lain adalah untuk menentukan ciri-ciri (indikator) variabel agar penelitian ini lebih terarah. Agar lebih jelas peneliti menyajikan tabel yang dapat menggambarkan operasional variabel pada tabel di bawah ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, dikumpulkan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dilakukan di Pegadaian Syariah cabang Palu Plaza karena merupakan lokasi penelitian.

⁴⁶*Ibid.*, h.40

2. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan dari peneliti kepada siapa saja yang bersangkutan dalam penelitian ini. Wawancara ini dilakukan pada pegawai Pegadaian Syariah untuk memperoleh data secara langsung dengan narasumber agar lebih jelas permasalahan yang akan dibahas, yaitu terkait dengan pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.

3. Angket (kuesioner)

Angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Penyebaran angket (kuesioner) ini ditujukan kepada Nasabah Pegadaian Syariah.

G. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrument penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁴⁷ Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.

⁴⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), h.136.

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain, sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.⁴⁸

Dalam keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Kriteria Penilaian		
SS	Sangat Setuju	diberi skor 5
S	Setuju	diberi skor 4
R	Ragu-ragu	diberi skor 3
TS	Tidak Setuju	diberi skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	diberi skor 1

H. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁴⁹

⁴⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2009), h. 93.

⁴⁹Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), h. 72.

Untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total (Y). Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$.⁵⁰

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butiran pertanyaan dikatakan *reliable* atau terpercaya apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten.⁵¹

Reliabilitas ialah ketetapan alat ukur atau instrumen penelitian, apabila penelitian diulangi dua kali atau lebih dengan instrumen yang sama, akan mendapatkan hasil yang sama.⁵²

Untuk melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged for Sosial Siences*) versi 23 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitasnya minimal 0,60.⁵³

Keperluan analisis lebih lanjut diperlukan data dengan ukuran paling tidak interval sebagai persyaratan dalam menggunakan regresi berganda. Oleh karena itu sebuah variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu dinaikan atau ditransformasikan tingkat kepengukurannya ketingkat interval melalui *Method of Successive Interval (MSI)*.

⁵⁰Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), h. 182.

⁵¹Danang Sunyoto, h. 67-68.

⁵²Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 198.

⁵³Sugiyono, h. 184.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi regresi dimaksudkan untuk mengetahui kelayakan model regresi. Hasil pengujian asumsi regresi disajikan menggunakan uji asumsi normalitas, uji asumsi multukilinearitas, dan uji asumsi heteroskedastisitas sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki *mean* dan standar *deviasi* yang sama dengan data kita⁵⁴. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan alisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Dari hasil grafik histogram, didapatkan gariskurva normal berarti data yang diteliti berdistribusi normal. Dengan demikian juga dari normal *probability plots*, menunjukkan berdistribusi normal karena garis (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinteritas

Bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara *independen*. Jika terjadi korelasi maka dimanakan terdapat problem

⁵⁴Haryadi Sarjono dan Wilda Julianti “*SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar : Aplikasi Untuk Riset*”, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), h.53

multikolinieritas (multiko). Koefisien korelasi antara variabel *independent* haruslah lemah (dibawah 0,5). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multiko.

c. *Uji Heterokeditas*

Uji heterokeditas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atas suatu pengamatan ke pengamatan lainnya.⁵⁵ Jika variannya tetap maka model regresi tersebut berada pada kondisi homoskedensitas. Untuk mendeteksi adanya heterokeditas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang sudah d-studentized jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokeditas. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokeditas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Metode analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut:⁵⁶

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e_i$$

Dimana:

Y = Variabel terikat yaitu keputusan memilih

⁵⁵Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*”, (Cet. VII; Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013),h.139

⁵⁶Danang Sunyoto, h. 289.

X_1	= Faktor Promosi
X_2	= Faktor Kualitas Pelayanan
X_3	= Faktor Motivasi
b_1 - b_4	= Koefisien Regresi
b_0	= Konstanta
e_i	= Faktor Kesalahan

Untuk mengetahui serta menentukan arah besarnya koefisien antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakanlah teknik bantuan SPSS versi 23.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui kuatnya pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (X) secara serempak dengan satu variabel dependen (Y). Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat ketidakpercayaan 0,05. Dalam hal ini berlaku ketentuan bila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah berpengaruh. Dalam uji ini digunakan rumus:⁵⁷

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Dimana:

- R = Koefisien korelasi ganda
- k = Jumlah variabel independent
- n = Jumlah anggota sampel

⁵⁷Sugiono, h. 192.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yang diteliti secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk mengetahui koefisien tertentu yaitu dengan mengkuadratkan korelasi parsial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel X1, X2, X3, dan X4.

Nilai t_{hitung} diperoleh dari hasil statistik SPSS dalam tabel coefficients. Sedangkan t_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel t (sesuai dengan tingkat kepercayaan yang ditentukan) dengan cara sebagai berikut:⁵⁸

$$df = n - k$$

Dimana:

df = degree of freedom
n = banyak observasi
k = banyaknya variabel

Jika dimasukkan dalam rumus, maka akan diperoleh sebagai berikut:

$$df = 50 - 5$$
$$df = 45$$

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$, maka terbukti secara parsial bahwa satu atau lebih variabel independen (X) yang diukur berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli (Y)

⁵⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), 85.

I. Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan.

Koefisien determinasi menjelaskan proporsi variasi dalam variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel independen (lebih dari satu variabel bebas: X_i ; $i = 1, 2, 3, 4, \text{dst.}$) secara bersama-sama.

Sementara itu R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel dependen (Y) dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Selanjutnya untuk melakukan pengujian koefisien determinasi (*adjusted R^2*) digunakan untuk mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen.

Koefisien determinan berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, bila *adjusted R^2* semakin besar mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila *adjusted R^2* semakin kecil bahkan mendekati nol, maka dapat dikatakan semakin kecil pula pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

Sedangkan kriteria dalam melakukan analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- a. Jika Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah, dan
- b. Jika Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.⁵⁹

⁵⁹Sugiyono. h.250.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Sejarah Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza

Sejarah berdirinya Pegadaian dimulai pada zaman Pemerintah penjajahan Belanda (VOC) yang mendirikan Bank Van Leening yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan *system* gadai, lembaga ini pertama kali didirikan di Batavia pada tanggal 20 Agustus 1746. Ketika Inggris mengambil alih kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda (1811-1816) Bank Van Leening milik pemerintah dibubarkan, dan masyarakat diberi keleluasaan untuk mendirikan usaha Pegadaian asal mendapat lisensi dari Pemerintah daerah setempat (*liecentie stelsel*). Namun metode tersebut berdampak buruk, pemegang lisensi menjalankan praktek rentenir atau lintah darat yang dirasakan kurang menguntungkan pemerintah berkuasa (Inggris). Oleh karena itu, metode *liecentie stelsel* diganti menjadi *Pacth stelsel* yaitu pendirian Pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.⁶⁰

Pada saat Belanda berkuasa kembali, pola atau metode *Pacth stelsel* tetap dipertahankan dan menimbulkan dampak yang sama dimana pemegang hak ternyata banyak melakukan penyelewengan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya pemerintah Hindia Belanda menerapkan apa yang disebut dengan *cultuur stelsel* dimana dalam kajian tentang Pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaliknya kegiatan Pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintahn agar

⁶⁰Siti Hadijah, Pegawai Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, "wawancara", Kantor Cabang Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, tanggal 28 Juni 2019

dapat memberikan perlindungan dan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan Staatsblad (Stbl) No. 131 tanggal 12 Maret 1901 yang mengatur bahwa usaha Pegadaian merupakan monopoli pemerintah dan tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya seriap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.⁶¹

Pada masa penduduk Jepang, gedung kantor pusat jawatan Pegadaian yang terletak di jalan Kramat Raya 162 dijadikan tempat tawanan perang dan kantor pusat jawatan Pegadaian dipindahkan ke jalan Kramat Raya 132. Tidak banyak perubahan yang terjadi pada masa pemerintahan Jepang, baik dari sisi kebijakan maupun struktur organisasi Jawatan Pegadaian. Jawatan Pegadaian dalam bahasa Jepang disebut *Sitji Eigekyuku*, pimpinan Jawatan Pegadaian dipegang oleh orang Jepang yang bernama Ohno San dengan wakilnya orang pribumi yang bernama M. Saubari.

Di masa awal pemerintah Republik Indonesia, kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) karena situasi perang yang kini terus memanas. Agresi Militer Belanda yang kedua memaksa kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke Magelang. Selanjutnya, Pasca perang kemerdekaan kantor Jawatan Pegadaian kembali lagi ke Jakarta dan Pegadaian kembali dikelola oleh pemerintah Republik Indonesia dalam masa ini.

Isu globalisasi ekonomi yang sedang hangat dan terus berkembang tampaknya telah berkembang menjadi bahan bahasan berbagai pihak yang terlibat

⁶¹Profil Sejarah. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. 28 Juni 2019

dalam perdagangan nasional maupun internasional. Globalisasi ekonomi bukanlah persoalan yang sangat menakutkan dan seolah-olah tidak dapat diatasi, akan tetapi globalisasi ekonomi merupakan perluasan jaringan bisnis, selama tantangannya dapat diatasi dengan kerja keras dan sabar. Globalisasi ekonomi juga menyebabkan terputusnya segala bentuk hambatan, proteksi dan monopoli. Justru dalam globalisasi ekonomi inilah kita dapat memperkenalkan sekaligus mengembangkan lembaga keuangan islam, terutama lembaga perbankan. Perbankan syariah atau perbankan islam adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan syariah (hukum) islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam agama islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba, serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram (misal : usaha yang berkaitan dengan produksi makanan/minuman haram, usaha media yang tidak islami dll), dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem perbankan konvensional.⁶²

Status bunga bank menurut hukum islam kembali menimbulkan perdebatan. Ini berasal dari salah satu hasil rapat kerja nasional majelis ulama Indonesia (Rakornas MUI) 2003 yang dilakukan di Jakarta, selas (16/12/2003) yang memutuskan bahwa bunga bank (*interest*) hukumnya haram. Menurut MUI, semua transaksi yang berjalan atas dasar sistem bunga, sudah memenuhi unsur-unsur riba yang diharamkan, sehingga pemerintah menindak lanjuti keputusan dari Rakornas MUI tersebut, dimana mulai digalakkan atau sosialisasi mengenai sistem perbankan yang menganut sistem syariah.

⁶²Profil Sejarah. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. 28 Juni 2019

Prinsip syariah adalah aturam perjanjian berdasarkan hukum islam antara lembaga keuangan dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan/atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah. PT. Pegadaian (persero) adalah salah satu lembaga keuangan milik pemerintah (BUMN) yang bergerak di bidang jasa penyaluran uang pinjaman kepada masyarakat atas dasar hukum gadai dengan jaminan barang bergerak turut andil pula dalam mengusung prinsip syariah ini sendiri dalam operasinya. Terbitnya PP/10 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan sistem gadai berbasis syariah, satu hal perlu dicermati bahwa PP10 menegaskan misi yang harus diemban oleh Pegadaian untuk mencegah praktik riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha Perum Pegadaian (status PT. Pegadaian (Persero) sebelumnya) sampai sekarang. Banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi Pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, telah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu.⁶³

Setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendiri Unit layanan Gadai Syariah (ULGS) Dewi Sartika, Jakarta Timur, dengan bekerja sama (Musyarakah) dengan Bank Muamalat Indonesia (BMI) secara bagi haso; dengan modal awal 50 M dan nisbah 55 : 45, sebagai salah satu produk dari Divisi Usaha lain dan pada tahun 2004 dibentuk Divisi Usaha Syariah.

⁶³Profil Sejarah. Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. 28 Juni 2019

Konsep operasi Pegadaian syariah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai islam. Fungsi operasi Pegadaian Syariah itu sendiri dijalankan oleh kantor-kantor Cabang Pegadaian Syariah/Unit Layanan Gadai Syariah Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi dibawah binaan Divisi Usaha lain. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara structural terpisah pengelolaannya dari usaha gadai konvensional.

Pegadaian Syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika di bulan Januari tahun 2003. Menyusun kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Dan 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.

Hadirnya Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza di tengah masyarakat kota Palu yang telah lebih dulu mengenal Pegadaian Konvensional. Namun, seiring berjalannya waktu Pegadaian Syariah hadir di tengah masyarakat Kota Palu. Alasan Pegadaian membuka Pegadaian Syariah adalah pertama yaitu sebagai upaya untuk mempertahankan posisi pasar dengan jalan memberikan respon atas tuntutan masyarakat luas yang membutuhkan transaksi jasa keuangan yang didasarkan pada prinsip keadilan dan bebas dari unsur riba, dan yang kedua yaitu untuk menggapai ridha Allah sesuai dengan *Al-quran* dan *hadis*. Perkembangan Pegadaian Syariah mengalami peningkatan, hal ini ditandai dengan banyaknya cabang-cabang yang dibuka di seluruh wilayah Indonesia. Hingga pada tanggal 10 Maret 2004 dibuka kantor cabang Pegadaian Syariah Palu Plaza di Kota Palu,

dengan alamat kantor saat ini yaitu Jln. Danau Poso, Kompleks Palu Plaza Blok A no.11 telp. (0451) 454378. Dengan jumlah kantor unit sebanyak 6 unit, yaitu:

1. Unit Pegadaian Syariah Besusu, jln. Kimaja
2. Unit Pegadaian Syariah Lolu, jln. Togean
3. Unit Pegadaian Syariah Pasar Inpres, Kompleks Toko Emas Pasar Inpres, jln. Kangkung
4. Unit Pegadaian Syariah Setia Budi, jln. Setia Budi
5. Unit Pegadaian Syariah Tanjung Dako, jln. Tanjung Dako
6. Unit Pegadaian Syariah Tatura, jln. Emy Saelan Kompleks 711

2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza

a. Visi

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan pada tahun 2013 pegadaian menjadi *champion* dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis syariah fidusia yang selalu menjadi terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah.⁶⁴

b. Misi

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

⁶⁴ Profil. Kantor Cabang Pegadaian Syariah Palu Plaza, tanggal 28 Juni 2019

- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pengadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah daalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.
- 4) Misi Pegadaian sebagai suatu lembaga yang ikut meningkatkan perekonomian dengan cara mmberikan uang pinjaman berdasarkan hukum gadai kepada masyarakat kecil, agar terhindar dari praktek pinjaman uang dengan bunga yang tidak wajar.

3. Keadaan Sarana dan Prasarana

Fasilitas juga merupakan salah satu faktor pendukung penilaian dalam melihat aspek pelayanan yang berlangsung saatn transaksi. Karena setiap instansi wajib memiliki sarana yang memadai dalam menunjang proses pelayanan ketika nasabah sedang melakukan transaksi.

Berdasarkan data yang diperoleh, keadaan sarana dan prasarana pada kantor Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.1
Sarana dan Prasarana CPS Palu Plaza

No.	Jenis Sarana & Prasarana	Jumlah	Keterangan
1	Komputer	5	Baik
4. 2	Kamera CCTV	4	Baik
5. 3	Kursi Nasabah	4	Baik
6. 4	Kursi Pegawai	7	Baik
5	Pot Bunga Hias	3	Baik
7. 6	Tempat Brosur	3	Baik
7	Lemari Brankas Penyimpanan	1	Baik
8	Tempat Koran	1	Baik
9	Tempat Sampah	3	Baik

10	Meja Jaga Satpam	1	Baik
11	Tempat Parkir	1	Baik
12	Ruang Sholat	1	Baik
13	Wc	1	Baik
14	Pintu Trali	1	Baik

Sumber : Data Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, 2019

Dari tabel di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa keadaan sarana dan prasarana yang memadai di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza merupakan salah satu penunjang kelancaran bertransaksi di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. Karena hal tersebut merupakan faktor penting dan pendukung dalam pengelolaan Pegadaian.

Tabel 4.2
Keadaan Pegawai CPS Palu Plaza

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Anwar Hidayat SE,MM	L	Pimpinan Cabang
2	Firmansyah Mooduto	L	Penaksir
3	Fadli S Munde S.Sos	L	Penaksir
4	Ramlawaty Hasan S.E	L	Pengelola Galeri
5	Amirendi S.Kom	L	Kasir
6	Pujiono	L	Kasir
7	Siti Hadija	P	Kasir
8	Farni Basri S.E	P	Costumer Servis
9	Nur Mubin Husain S.E	L	Penaksir
10	Yusmaniar S.E	P	Kasir
11	Abdurrahman Usman S.E	L	Penaksir
12	Wahyudi Pratama	L	Kasir
13	Nur Rahmatiya Radjak S.Kom	P	Penaksir
14	Ridwan Daulat S.Sos	L	Kasir
15	Rezky Octavian	L	Penaksir
16	Rina Yuana	P	Kasir
17	Haris Moputi S.E	L	Penaksir
18	Nurmariati Sandrahatin S.SI	P	Kasir
19	Eklipsia Rifta Fitriani S.E	P	Penaksir
20	Zainuddin Humu S.Ag	L	Kasir

Sumber: Data Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza, 2019

Tabel 4.3
Keadaan Pegawai Berdasarkan Pendidikan CPS Palu Plaza

No	Nama	Pendidikan	Jabatan
1	Anwar Hidayat SE,MM	Strata II	Pimpinan Cabang
2	Firmansyah Mooduto	Diploma I	Penaksir
3	Fadli S Munde S.Sos	Strata I	Penaksir
4	Ramlawaty Hasan S.E	Strata I	Pengelola Galeri
5	Amirendi S.Kom	Strata I	Kasir
6	Pujiono	SMA	Kasir
7	Siti Hadija	SMA	Kasir
8	Farni Basri S.E	Strata I	Costumer Servis
9	Nur Mubin Husain S.E	Strata I	Penaksir
10	Yusmaniar S.E	Strata I	Kasir
11	Abdurrahman Usman S.E	Strata I	Penaksir
12	Wahyudi Pratama	SMA	Penaksir
13	Nur Rahmatiya Radjak S.Kom	Strata I	Penaksir
14	Ridwan Daulat S.Sos	Strata I	Kasir
15	Rezky Octavian	Diploma I	Penaksir
16	Rina Yuana	SMA	Kasir
17	Haris Moputi S.E	Strata I	Penaksir
18	Nurmariati Sandrahatin S.SI	Strata I	Kasir
19	Eklipsia Rifta Fitriani S.E	Strata I	Penaksir
20	Zainuddin Humu S.Ag	Strata I	Kasir

Tabel 4.4

Prosentase Pegawai berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-laki	12	60%
2	Perempuan	8	40%
	Total Jumlah	20	100%

a. Uraian tugas Pegawai

Berdasarkan hasil wawancara pada tahun 2019 oleh salah satu pegawai Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu, yaitu Rezky Octavian menjelaskan bahwa masing-masing tugas daripada pegawai adalah sebagai berikut

:

- 1) Penaksir, bertugas menaksir barang jaminan dan menetapkan pinjaman dari nasabah yang melakukan transaksi gadai emas
- 2) Penyimpan barang jaminan, bertugas dan bertanggung jawab atas segala penyimpanan dan pemeliharaan barang yang sudah disimpan
- 3) Kasir, bertugas untuk melayani transaksi rutin dalam hal gadai, pelunasan, perpanjangan, tagihan pulsa, tagihan TV berlangganan dan sebagainya
- 4) Pengelola Galeri, mempunyai tanggung jawab dalam penyimpanan barang gadai yang berada di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Palu Plaza
- 5) Pengelola Unit, bertanggung jawab atas segala penyimpanan barang gadai yang berada di unit dan biasanya pengelola unit ini sekaligus sebagai penaksir barang yang akan digadaikan.

b. Produk Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza

Dari hasil wawancara kepada salah satu pegawai atau karyawan di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza antara lain :

c. Produk Gadai Syariah Ar-Rahn

Melayani skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana bagi masyarakat dengan sistem gadai yang sesuai dengan Syariah. dengan cara menyerahkan agunan berupa emas batangan, emas perhiasan, berlian, elektronik, dan kendaraan bermotor. Untuk mengajukan permohonan permintaan gadai, calon nasabah harus terlebih dahulu memenuhi ketentuan berikut :

- Membawa fotokopi KTP atau identitas lainnya
- Mengisi formulir permintaan *Rahn*
- Menyerahkan barang jaminan

d. Produk Mulia

yaitu logam mulia untuk investasi jangka panjang program “mulia” merupakan produk Pegadaian Syariah yang diperuntukan bagi masyarakat untuk berinvestasi jangka panjang. Produk mulia adalah fasilitas yang diberikan oleh Pegadaian Syariah kepada masyarakat untuk memiliki logam mulia dengan cara membeli di Pegadaian Syariah sedangkan masyarakat membayar dengan cara mengangsur. Untuk program produk mulia ada beberapa pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah, yaitu nasabah dapat membeli emas batangan secara langsung di gerai-gerai Pegadaian Syariah atau menabung emas yang dimiliki Pegadaian. Dengan kata lain dititipkan dengan biaya sewa yang ditentukan. Tabungan emas ini biasa berupa saldo, bias juga dicetak berbentuk fisik dengan biaya yang telah ditentukan. Selain itu, adapula konsinyasi emas, yaitu layanan titip-jual. Kita menitipkan emas kita kepada Pegadaian untuk dijual kembali oleh Pegadaian. Hasil penjualan emas tersebut akan diberikan kepada nasabah dengan prinsip bagi hasil (*Mudharabah*) antara Pegadaian dan nasabah. Setelah itu, emas fisik yang dimiliki oleh nasabahnya dikembalikan kembali kepada nasabah.

e. Produk Arrum

Melayani skim pinjaman berprinsip syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha melalui sistem pengembalian secara angsuran dan menggunakan BPKB motor atau mobil secara umum. Untuk memperoleh pembiayaan melalui produk ARRUM ini, calon nasabah harus memenuhi beberapa persyaratan:

- Calon nasabah merupakan pengusaha mikro kecil dimana usahanya telah berjalan minimal 1 tahun
- Memiliki kendaraan bermotor sebagai tanggungan biaya
- Calon nasabah harus melampirkan
 - 1) Fotokopi KTP dan KK
 - 2) Fotokopi suami/istri
 - 3) Fotokopi surat nikah
 - 4) Fotokopi dokumen yang sah (cukup dengan surat keterangan usaha dari kelurahan atau dinas terkait)
 - 5) Asli BPKB kendaraan bermotor
 - 6) Fotokopi pembayaran listrik dan telepon
 - 7) Fotokopi laporan keuangan usaha
- Memenuhi kriteria kelayakan usaha

f. Produk Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan karyawan swasta untuk memiliki kendaraan bermotor baru/bekas dengan cara angsuran. Untuk mendapatkan pembiayaan melalui produk Amanah ini calon nasabah harus memenuhi beberapa syarat :

- Karyawan tetap suatu instansi pemerintah/swasta minimal telah bekerja selama 2 tahun
- Melampirkan kelengkapan
 - a. Fotokopi KTP dan KK

- b. Fotokopi SK pengangkatan
- c. Fotokopi kartu pengenalan karyawan
- d. Fotopi surat nikah (jika ada)
- e. Mengisi dan menandatangani formulir

g. Tabungan Emas Batangan

Tabungan emas batangan adalah layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan. Ada cara membuka rekening Pegadaian tabungan emas, yaitu:

- 1) Membawa identitas (KTP/SIM/paspor)
- 2) Membayar biaya administrasi Rp. 5.000 dan membayar biaya pengelola rekening Rp. 30.000 pertahun (dapat diperpanjang)
- 3) Membeli emas batangan dengan berat mulai 0,01 gram atau senilai 5.000

Keunggulan tabungan emas, yaitu :

a. Mudah

- 1) Tersedia lebih dari 4500 outlet Pegadaian diseluruh Indonesia
- 2) Pembelian dan penjualan mulai Dario berat 0,01 gram
- 3) Order cetak emas dapat dilakukan mulai dari kepingan I gram

b. Aman

- 1) Dikelola oleh BUMN yang berpengalaman
- 2) Terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK)
- 3) Transparansi dalam mengelola

c. Murah

- 1) Harga jual dan bayback kompetitif

2) Biaya administrasi dan pengelolaan ringan

3) Harga pembelian minimal sekitar 5.000

h. Akad-Akad pegadaian Syariah

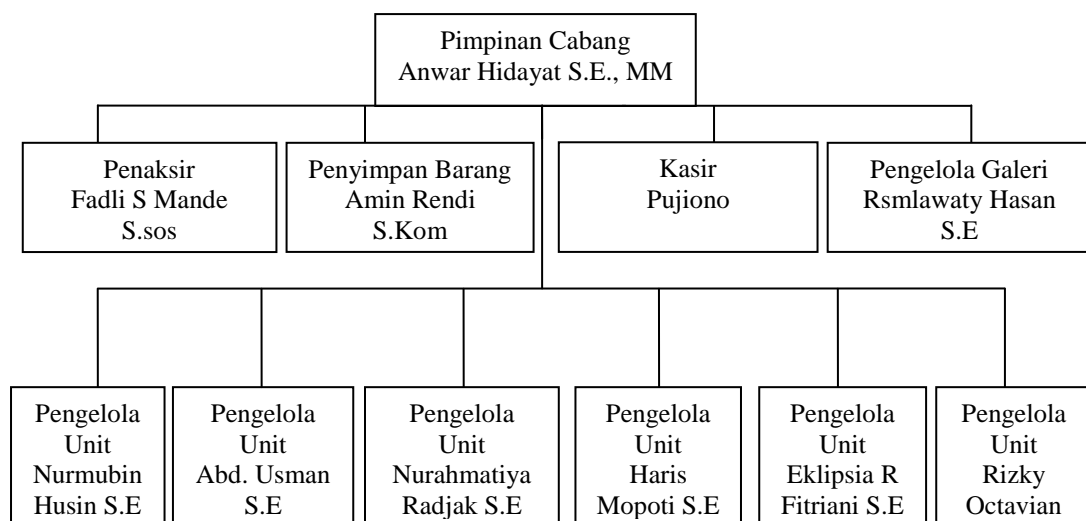
Adapun Akad yang digunakan di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza antara lain :

1. Akad Murabahah, yaitu jasa pembiayaan dengan mengambil bentuk transaksi jual beli dengan angsuran, Pegadaian Syariah membiayai pembelian barang itu dari pemasok barang dan kemudian menjualnya kepada nasabah tersebut dengan menambah suatu keuntungan. Dengan kata lain, penjualan barang oleh Pegadaian Syariah kepada nasabah dilakukan atas dasar keuntungan, pembayaran dari nasabah dilakukan dengan cara angsuran dalam jangka waktu yang telah ditentukan.

2. Akad Ijarah, yaitu akad pemindahan hak atas barang melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barangnya sendiri. Dengan akad ini, Pegadaian memungkinkan menarik biaya ijarah atas penyimpanan dan pemeliharaan barang milik nasabah yang telah melakukan akad.

i. Struktus Organisasi Pegadaian

Gambar 4.1



4. Deskripsi Kuisisioner dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu yang beralamatkan di jalan Sis Aljufri Palu. Data penelitian menggunakan instrument kuisisioner yang dibagikan kepada nasabah yang menggunakan produk tabungan emas sebagai sampel penelitian. Kuisisioner disebar oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi Kuisisioner

Jumlah Sampel	Kuisisioner Disebar	Kuisisioner Kembali	Kuisisioner Diolah	persentase
92	92	92	92	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Dalam sampel dijelaskan bahwa jumlah yang digunakan dalam penelitian ini adalah 92 nasabah Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	39	42,3%
2	Perempuan	53	57,6%
Jumlah		92	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 92 orang jumlah sampel dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 orang (42,3%) dan berjenis kelamin perempuan 53 orang (57,6%). Sehingga sampel dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin perempuan yang cenderung menggunakan produk tabungan emas..

Tabel 4.7
Keadaan Responden Menurut Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase %
1.	< 17 Tahun	-	
2.	18 – 30 Tahun	47 Orang	51,0%
3.	31 – 40 Tahun	28 Orang	30,4%
4.	41 – 50 Tahun	12 Orang	13,0%
5.	> 51 Tahun	5 Orang	5,4%
Jumlah		92 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Data di atas menunjukkan sebagian besar responden berusia antara 18 – 30 tahun dengan persentase 51%, sedangkan terendah jumlahnya adalah responden berusia diatas 51 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia produktif lebih banyak menggunakan tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Tabel 4.8
Keadaan Responden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase %
1.	Pelajar/Mahasiswa/i	2 Orang	2,1%
2.	Wiraswasta	21 Orang	22,8%
3.	Pegawai Negeri	8 Orang	8,6%
4.	Pegawai Swasta	17 Orang	18,4%
5.	Ibu Rumah Tangga	26 Orang	28,2%
6.	Lainnya	18 Orang	19,5%
Jumlah		92 Orang	100%

Sumber: Hasil Penelitian

Data di atas menunjukkan sebagian besar responden berprofesi lainnya seperti: driver grab, karyawan, office boy, satpam dengan persentase sebesar 19,5%. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya tabungan emas konsumen dengan latar belakang pekerjaan demikian bisa memanfaatkan produk tersebut.

4. Uji Validitas dan Realibilitas

Menggunakan instrument yang valid dan realibel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan realibel.

Instrument yang dinyatakan valid dan realibel adalah: instrument yang valid, berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Sedangkan instrument yang realibel berarti bila digunakan untuk mengukur berkali-kali akan menghasilkan data yang sama.

1. Uji Validitas

Menurut sugioyono dalam sakinah, apabila validitas setiap jawaban yang diperoleh ketika memberikan daftar pernyataan lebih besar dari 0,3 maka pernyataan dianggap sudah valid.⁶⁵

Melihat Butir pertanyaan atau pernyataan yang valid adalah dengan melihat tabel *Item Total Statistion*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	R Kritis	Ket.
Promosi (X1)	1	0,472	0,30	Valid
	2	0,334	0,30	Valid
	3	0,564	0,30	Valid
	4	0,535	0,30	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	1	0,594	0,30	Valid
	2	0,564	0,30	Valid
	3	0,502	0,30	Valid

⁶⁵Sakinah, *Pengaruh Bauran Pemasaran Keputusan Membeli Kartu Prabayar Produk Telkomsel Pada Mahasiswa IAIN Palu*, Skripsi (Palu: IAIN 2014),5.

	4	0,621	0,30	Valid
	5	0,440	0,30	Valid
Motivasi (X3)	1	0,330	0,30	Valid
	2	0,403	0,30	Valid
	3	0,331	0,30	Valid
	4	0,347	0,30	Valid
	5	0,427	0,30	Valid
Keputusan Memilih (Y)	1	0,423	0,30	Valid
	2	0,463	0,30	Valid
	3	0,346	0,30	Valid
	4	0,594	0,30	Valid

Sumber Data: Output SPSS 2016

Tabel diatas, terlihat bahwa nilai r_{hitung} pada kolom *Corrected Item Total Correlation* untuk masing-masing dari ke 4 variabel diatas dinyatakan semua pernyataan valid karena r_{hitung} lebih besar dari positif dari 0,30.

2. Uji Reliabilitas

Melakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini digunakan program SPSS (*Statistical Packaged For Sosial Siences*) versi 16 dimana dalam mengukur reliabilitas disini menggunakan uji statistic *Cronbach's Alpha* (α). Suatu instrument dinyatakan reliable jika memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiens	Cronbach Alpha	Keterangan
Promosi (X1)	4 Item	0,686	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	5 Item	0,769	Reliabel
Motivasi (X3)	5 Item	0,611	Reliabel
Keputusan Memilih (Y)	4 Item	0,670	Reliabel

Sumber Data: Output SPSS 2016

Tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* (α) lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), yang artinya bahwa semua variabel yaitu X1, X2, X3 dan Y adalah realibel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

5. Deskripsi Variabel Penelitian

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi data untuk melihat tanggapan responden mengenai variable-variabel penelitian yaitu, promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi (variable independen) dan keputusan memilih (variabel dependen). Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka dibuat interval. Rumus yang digunakan menurut Sudjana dalam Iskandar adalah sebagai berikut:⁶⁶

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Diminta:

P = Panjang kelas interval

Rentang = Data tertinggi – Data terendah

Banyak Kelas = 5

Berdasarkan rumus tersebut, maka panjang kelas interval adalah:

$$P = \frac{5 - 1}{5}$$

Maka interval dari kriterria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Sangat Buruk = 1,00 – 1,79

Buruk = 1,80 – 2,59

⁶⁶Yogi Iskandar *Pengaruh Kesesuaian Kompensasi terhadap Kinerja Karyawan pada PT.Bentoel Distribusi Utama Cabang Palu* (Skripsi IAIN Palu),54.

Cukup Baik = 2,60 – 3,39

Baik = 3,40 – 4,19

Sangat Baik = 4,20 – 5,00

1. Deskripsi jawaban Sampel Terhadap Variabel Promosi (X1)

Tabel 4.11
Distribusi Frekuensi Variabel

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya tertarik dengan iklan yang dilakukan pegadaai syariah tentang tabungan emas melalui media cetak	-	-	-	21	71	439	4,77%
					22,8%	77,1%		
2	Saya tertarik menggunakan jasa pegadaian syariah sebab ada promosi secara langsung (perorangan) yang dilakukan oleh karyawan pegadain syariah	-	-	-	37	55	423	4,59%
					40,2%	59,7%		
3	Saya tertarik menggunakan jasa pegadaian syariah karena selalu mengadakan kegiatan-kegiatan yang bersifat social	-	-	-	20	72	440	4,78%
					21,7%	78,25		
4	Bahasa dalam mempromosikan tabungan emas yang dilakukan pegadaian syariah mudah dipahami	-	-	-	21	71	439	4,77%
					22,8%	77,1%		
Rata-rata								4,72%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel promosi yaitu sebanyak 71 orang sangat setuju dan 21 orang

setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 439 dengan nilai rata-rata 4,77% maka, pernyataan pertama termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 55 orang sangat setuju dan 37 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 423 dengan nilai rata-rata 4,59% maka, pernyataan kedua termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 72 orang sangat setuju dan 20 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 440 dengan nilai rata-rata 4,78% maka, pernyataan ketiga termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 71 orang sangat setuju dan 21 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 439 dengan nilai rata-rata 4,77% maka, pernyataan pertama termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Distribusi Frekuensi Variabel dari hasil penelitian tanggapan responden dengan nilai rata-rata untuk pernyataan pertama 4,77%, kedua 4,59%, ketiga 4,78% dan keempat 4,77% jumlah keseluruhan rata-rata diatas dibagi 4 item pertanyaan dengan demikian jumlah keseluruhan rata-rata 4,72%

2. Deskripsi jawaban Sampel Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.12
Distribusi Frekuensi Variabel

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Pegawai Pegadaian syariah berpakaian rapi	-	-	-	23	69	437	4,75%
					25%	75%		
2	Kemampuan pelayanan	-	-	-	29	63	431	4,68%

	pegadaian syariah dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat waktu								
					31,5%	68,4%			
3	Pegawai pegadaian syariah bersedia memberikan pelayanan yang baik	-	-	-	19	73	441	4,79%	
					20,6%	79,3%			
4	Pegadaian syariah dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan dalam menyimpan emas	-	-	-	19	73	441	4,79%	
					20,6%	79,3%			
5	Pegawai pegadaian syariah memberikan perhatian kepada nasabah				34	57	425	4,61%	
					36,9%	61,9%			
Rata-rata									4,72%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu sebanyak 69 orang sangat setuju dan 23 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 437 dengan nilai rata-rata 4,75% maka, pernyataan pertama termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 63 orang sangat setuju dan 29 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 431 dengan nilai rata-rata 4,68% maka, pernyataan kedua termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 73 orang sangat setuju dan 19 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah

441 dengan nilai rata-rata 4,79% maka, pernyataan ketiga termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 73 orang sangat setuju dan 19 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 441 dengan nilai rata-rata 4,79% maka, pernyataan keempat termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 57 orang sangat setuju dan 34 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 425 dengan nilai rata-rata 4,61% maka, pernyataan kelima termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Distribusi Frekuensi Variabel dari hasil penelitian tanggapan responden dengan nilai rata-rata untuk pernyataan pertama 4,75%, kedua 4,68%, ketiga 4,79%, keempat 4,79% dan kelima 4,61% jumlah keseluruhan rata-rata diatas dibagi 5 item pertanyaan dengan demikian jumlah keseluruhan rata-rata 4,72%

3. Deskripsi jawaban Sampel Terhadap Variabel Motivasi (X3)

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Variabel

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Produk tabungan emas bisa menjadi alternative investasi emas	-	-	-	18	74	442	4,80%
					19,5%	80,4%		
2	Tabungan emas menjadi salah satu media penyimpanan emas yang aman	-	-	-	25	67	435	4,72%
					27,1%	72,8%		
3	Saya terdorong memiliki tabungan	-	-	-	53	39	407	4,42%

	emas karena sedang <i>trend</i> di masyarakat							
					57,6%	42,3%		
4	Keluarga atau kerabat mendukung saya untuk memiliki tabungan emas pegadaian syariah	-	-	-	45	47	415	4,51%
					48,9%	51,0%		
5	Saya merasa senang memiliki tabungan emas pegadaian syariah				25	67	435	4,72%
					27,1%	72,8%		
Rata-rata								4,63%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel Motivasi yaitu sebanyak 74 orang sangat setuju dan 18 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 442 dengan nilai rata-rata 4,80% maka, pernyataan pertama termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 67 orang sangat setuju dan 25 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 435 dengan nilai rata-rata 4,72% maka, pernyataan kedua termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 39 orang sangat setuju dan 53 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 407 dengan nilai rata-rata 4,42% maka, pernyataan ketiga termaksud dalam kriteria penilaian yang baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 47 orang sangat setuju dan 45 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 415 dengan nilai rata-rata 4,51% maka, pernyataan keempat termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima yaitu sebanyak 67 orang sangat setuju dan 25 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 435 dengan nilai rata-rata 4,72% maka, pernyataan kelima termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Distribusi Frekuensi Variabel dari hasil penelitian tanggapan responden dengan nilai rata-rata untuk pernyataan pertama 4,80%, kedua 4,72%, ketiga 4,42%, keempat 4,51% dan kelima 4,72% jumlah keseluruhan rata-rata diatas dibagi 5 item pertanyaan dengan demikian jumlah keseluruhan rata-rata 4,63%

4. Deskripsi jawaban Sampel Terhadap Variabel Keputusan Memilih (Y)

Tabel 4.14
Distribusi Frekuensi Variabel

No	Item Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS	Skor	Rata-Rata
		1	2	3	4	5		
1	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat membeli produk tabungan emas pegadaian syariah	-	-	-	24	68	436	4,73%
					26,0%	73,9%		
2	Saya akan merekomendasikan tabungan emas pegadaian syariah kepada keluarga atau kerabat saya	-	-	-	32	60	428	4,65%
					34,7%	65,2%		
3	Saya akan rajin menabung emas dengan tabungan emas di pegadaian syariah	-	-	-	49	43	411	4,46%
					53,2%	46,7%		
4	Saya memilih tabungan emas di pegadaian syariah karena saya percaya kemampuan pegadaian syariah	-	-	-	25	67	435	4,72%

	dalam mengelola emas							
					27,1%	72,8%		
Rata-rata								4,64%

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama terhadap variabel keputusan memilih yaitu sebanyak 68 orang sangat setuju dan 24 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 436 dengan nilai rata-rata 4,73% maka, pernyataan pertama termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua yaitu sebanyak 60 orang sangat setuju dan 32 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 428 dengan nilai rata-rata 4,65% maka, pernyataan kedua termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga yaitu sebanyak 43 orang sangat setuju dan 49 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 411 dengan nilai rata-rata 4,46% maka, pernyataan ketiga termaksud dalam kriteria penilaian yang baik.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat yaitu sebanyak 67 orang sangat setuju dan 25 orang setuju. Total skor jawaban dari 92 responden adalah 435 dengan nilai rata-rata 4,72% maka, pernyataan keempat termaksud dalam kriteria penilaian sangat baik.

Distribusi Frekuensi Variabel dari hasil penelitian tanggapan responden dengan nilai rata-rata untuk pernyataan pertama 4,73%, kedua 4,65%, ketiga 4,46% dan keempat 4,72% jumlah keseluruhan rata-rata diatas dibagi 4 item pertanyaan dengan demikian jumlah keseluruhan rata-rata 4,64%

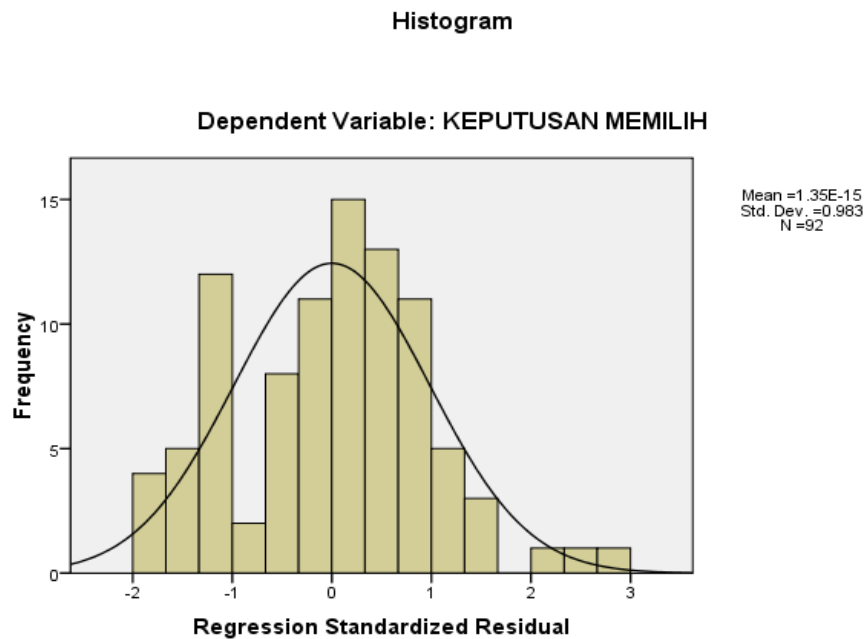
6. Uji Asumsi Klasik

Sebelum metode regresi digunakan dalam pengujian hipotesis, terlebih dahulu model tersebut akan diuji apakah memenuhi asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda. Asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik yang merupakan asumsi dasar dalam metode analisis regresi. Hasil uji asumsi klasik disajikan sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan analisis grafik.

Analisis grafik merupakan cara untuk melihat normalitas residual yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Model lain yang digunakan dalam analisis grafik adalah dengan melihat normal *Probability Plot* yang membandingkan kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang akan menggambarkan data yang sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dengan menggunakan *SPSS for Windows versi 16* baru terlihat grafik distribusi normal sebagai berikut:

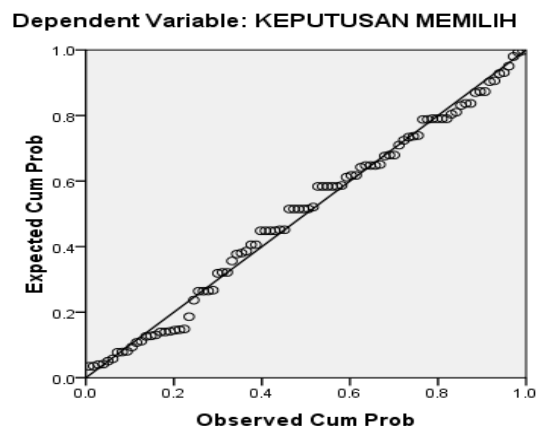


Gambar 4.2

Grafik histogram diatas menunjukkan bahwa data penelitian menunjukkan bentuk normal karena mengikuti bentuk distribusi normal dimana pola distribusi yang normal tidak terjadi kemiringan, sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas data.

Sedangkan hasil dari grafik *Probability Plot (P-Plot)* dari program *SPSS for Windows Release 16* adalah sebagai berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



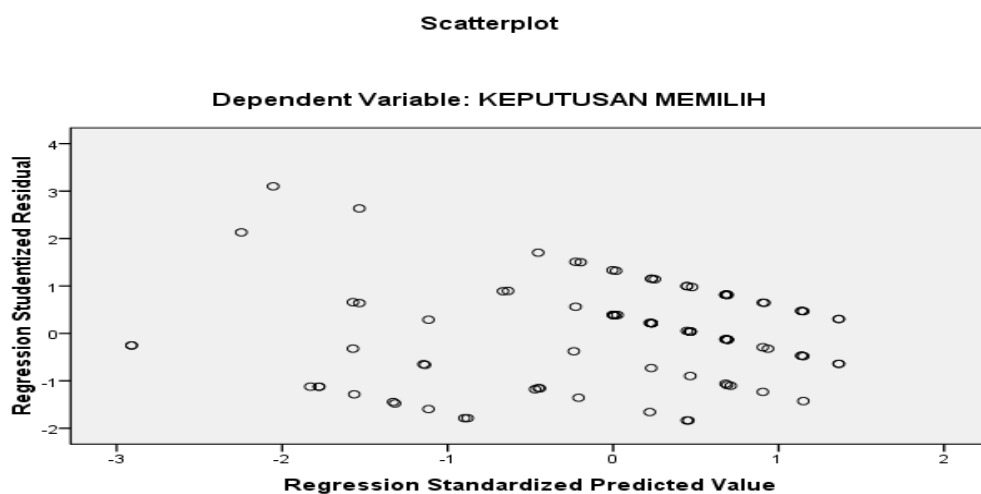
Gambar 4.3

Hasil Uji Asumsi Klasik Normalitas

Berdasarkan grafik tersebut terlihat titik titik menyebar disekitr garis diagonal, serta penyebaran mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai. Jika data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain, jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedasitas. Model regresi terbaik adalah yang tidak terjadi heteroskedasitas. Untuk menguji asumsi ini dilakukan dengan melalui grafik *scatterplot* antara variabel terikat (ZPRED) dan variabel bebas (ARESID).



Gambar 4.4
Hasil Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik di atas terlihat bahwa titik-titik atau poin-poin menyebar di atas dan di bawa angka 0 dan sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi berganda ditemukan adanya kolerasi antara independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas (multiko).

Membuktikan ada tidaknya Multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Koefisien kolerasi antara variabel haruslah lemah (dibawah 0,10). Jika kolerasi kuat maka terjadi problem multiko.

Pada tabel berikut ini dapat dilihat hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan nilai VIF dan *tolerance* untuk masing-masing variabel independen.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Modal	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (constant)		
Promosi	0,754	1,326
Kualitas Pelayanan	0,897	1,115
Motivasi	0,752	1,379

Sumber: Data Ouput SPSS 16

Berdasarkan tabel tersebut, menunjukkan bahwa dalam model regresi bebas dari adanya multikolinear. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* yang kurang dari 0,10. Selain itu, hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama yaitu tidak ada satupun variabel independen yang menunjukkan nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada Multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah salah satu alat statistik nonparametrik yang berfungsi menganalisis keterkaitan dan keterhubungan diantara dua atau lebih variabel penelitian yang berbeda, yaitu variabel dependen dan independen dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa kelompok hasil observasi pengukuran. Selanjutnya dari hasil analisis regresi berganda ini akan diketahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Motivasi (X3) terhadap Keputusan Memilih Nasabah.

Berdasarkan hasil oleh data menggunakan SPSS 16 for windows diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,568	2,313		1,110	,270		
1 X1	,171	,103	,163	1,662	,100	,876	1,326
X2	,180	,075	,216	2,408	,018	,473	1,115
X3	,367	,092	,398	3,991	3,991	,000	1,379

a. Dependent Variable: Y

Hasil analisis regresi linear berganda pada table di atas, kemudian dimasukkan ke dalam model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,568 + 0,171X_1 + 0,180X_2 + 0,367X_3$$

Persamaan regresi linear berganda diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel independen (Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi). Hasil

perhitungan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:Konstanta positif sebesar 2,568 mempunyai arti keputusan memilih nasabah akan meningkat sebesar 2,568 jika variabel promosi, kualitas pelayanan dan motivasi konstan atau bernilai nol (0).

- a. Koefisien regresi promosi (X1) sebesar 0,171 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel promosi mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel promosi (X1) akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,171 jika variabel lain dianggap konstan.
- b. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,180 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel promosi mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X2) akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,180 jika variabel lain dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi motivasi (X3) sebesar 0,367 bernilai positif. Nilai positif (+) pada variabel promosi mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel motivasi (X3) akan meningkatkan keputusan memilih sebesar 0,367 jika variabel lain dianggap konstan.

8. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian ini ingin mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara bersama-sama memberikan kontribusi secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17
Uji simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58,361	3	19,454	16,793	,000 ^b
	Residual	101,944	88	1,158		
	Total	160,304	91			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil uji Anova (*Analisis Of Varians*), atau F tes diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $16,79 > F_{tabel}$ 2,70 dengan nilai Sig sebesar 0,000 kecil dari dibanding alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih (Y).

2. Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk menguji apakah variabel independen benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel dependen. Berikut dibawah ini tabel hasil uji T pada tabel *coefficients*.

Tabel 4.18
Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,568	2,313		1,110	,270		
1 X1	,171	,103	,163	1,662	,100	,876	1,326
X2	,180	,075	,216	2,408	,018	,473	1,115
X3	,367	,092	,398	3,991	3,991	,000	1,379

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji T dari 3 variabel independen yang dimaksud dalam model regresi terlihat bahwa:

- a. Promosi (X1) diperoleh nilai $t_{hitung} 1,662 < t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,10 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,10 > 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Promosi (X1) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 16,3%
- b. Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,408 > t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,18 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,01 < 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih (Y).

Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 21,6%

- c. Motivasi (X3) diperoleh nilai $t_{hitung} 3,991 > t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 3,99 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $3,99 > 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Motivasi (X3) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu 39,8%
- d. Jadi, dari beberapa variabel pengaruh yang diteliti. Maka, variabel pengaruh yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu adalah variabel 21,6%

9. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 16 *for windows* didapatkan nilai koefisien determinasi sebagai berikut.

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,364	,342	1,07631

a. Predictors: (Constant), promosi, kualitas pelayanan, motivasi

b. Dependent Variable: keputusan memilih

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019

Dari tampilan output *SPSS model summary* besarnya adjusted R² Square adalah 0,342 hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel keputusan memilih (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel independen yang terdiri dari promosi (X1), kualitas pelayanan (X2), dan motivasi (X3), sebesar 34,2% Sedangkan sisanya (100% - 34,2% = 65,8%) jadi 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan

Hasil menguji dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *SPSS 16 for Windows*, pengaruh terhadap keputusan memilih produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza menunjukkan bahwa secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih nasabah. Begitu pula dengan pengaruh masing-masing variabel secara parsial masing-masing memiliki pengaruh dengan besaran pengaruh yang berbeda.

Berdasarkan hasil uji Anova analisis data, dengan hasil $F_{hitung} 16,79 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai Sig sebesar 0,000 kecil dari dibanding alpha 0,05. Dengan demikian hasil ini memberikan makna bahwa variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih (Y).

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $t_{hitung} 1,662 < t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,10 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,10 > 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Promosi (X1) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 16,3%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Promosi yang dilakukan oleh Pegadaian belum mampu secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Dari hasil pengujian pada hipotesis pertama, menunjukkan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Herry Widagdo (2011) dan Rindang Lista Sari (2014) yang menyatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Akan tetapi hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asih Purwanto (2008) yang menyatakan bahwa Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas sebesar 0,10. Nilai signifikansi $0,10 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel Promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $t_{hitung} 2,408 > t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,18 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $0,01 < 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X2) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y yaitu 21,6%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian mampu secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk Tabungan emas di pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Sesuai dengan hasil jawaban responden yang ada bahwa 23 responden atau 25% yang setuju dengan pernyataan bahwa Pegawai Pegadaian Syariah Berpakai Rapi dan 29 responden atau 31,5% yang setuju dengan pernyataan Kemampuan Pelayanan Pegadaian Syariah Dalam Melaksanakan Jasa Yang Dijanjikan Tepat Waktu. Sehingga nasabah dapat memilih produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

3. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai $t_{hitung} 3,991 > t_{tabel} 1,987$ dan memiliki nilai signifikan (sig) 3,99 pada table *coefficients* dengan nilai α (tingkat signifikan) 0,05. Artinya $3,99 > 0,05$. Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Motivasi (X3) tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih (Y). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom *beta*. Besaran pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y yaitu 39,8%. Hasil

ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Motivasi yang dilakukan oleh Pegadaian belum mampu secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk Tabungan emas di pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

Dari hasil pengujian pada hipotesis ketiga, menunjukkan bahwa Motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Hasil ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Urip Wahyuni (2008) yang menyatakan bahwa Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Akan tetapi hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bilondatu (2013) yang menyatakan bahwa Motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas sebesar 3,99. Nilai signifikansi $3,99 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel Motivasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza Kota Palu.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian diketahui bahwa hasil pada penelitian ini menjelaskan:

1. bahwa secara simultan promosi, kualitas layanan, dan motivasi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.
2. Secara parsial, variabel promosi (X1) tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.
3. Secara parsial, variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.
4. Secara parsial, variabel motivasi (X3) tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikemukakan implikasi bagi pegadaian selaku orang yang memberikan pelayanan kepada nasabah.

1. Pegadaian harus memberikan informasi-informasi atas produk yang ditawarkan dengan sangat jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.
2. Perlu adanya rasa empati atau perhatian yang bersifat Individual oleh pegadaian kepada nasabah. Ketika melakukan promosi melalui media/brosur hendaknya pegawai melakukan komunikasi yang baik agar mudah dipahami oleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya: Mekar Surabaya, 2004.
- Alma, Buchari. *Manajemen Bisnis Syariah*. Cet. 1; Bandung: Alfabet, 2009.
- Anshari, Abdul Ghofur. *Gadai Syariah di Indonesia*. Jakarta: Gajah Mada University Press, 2006.
- Al-Mahali, Al-Imam Jalaluddin Muhammad dan Al-Iman Jalaluddin Abdurrahman As-Suyuthi. *Tafsir Jalalain*. Jilid 1 Surabaya: PT Elba Fitra Mandiri Sejahtera, 2015.
- Bangun, Wilson. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012.
- Baladraf, Nafila. *Pengaruh Nilai Taksiran Terhadap Motivasi Nasabah dalam Menggadaikan Emas di Unit Gadai Bank Syariah Mandiri Cabang Gorontalo*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, 2013.
- Boyd, Harper W. *at.all, Marketing Management: A Strategic Approach With Global Orientation*. terj Imam Nurmawan. *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global*, Edisi II Jilid ii. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Ghozali, Imam. “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*”, Cet. VII; Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2013.
- Hidayat, Anwar. *Kepala Unit Pengadaian Syariah Cabang Palu Plaza*.
- Hafidudin, Didin. dan Hendri Tanjung. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Impres, 2003.
- Hasan, Ali. *Marketing*, Yogyakarta : Medpress, 2009.
- Jasfar, Farida. *Manajemen Jasa: Pendekatan terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2005.
- Kasmir, *Costumer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Cet I; Jakarta: PT. RajaGrafindo, 2017.

- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Kotler, Philip. dan Gery Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga, 2008.
- Kotler, Philip. dan Gery Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga, 2001.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. *Marketing management. 14th edition*. New Jersey:Prentice 2012.
- Maulidiya. *Analisis Penerapan Segmentasi Pasar pada Produk Tabungan Emas dalam Upaya Menarik Minat Nasabah di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2017.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif, Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Martono. *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Yogyakarta: EKONISIA, 2004.
- Nasusastro, H. Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2012
- Paputungan, Julianty M. “Akibat Hukum Perubahan Status Perusahaan Umum (Perum) Menjadi Perseroan Terbatas PT. Pegadaian (Persero)”, Jurnal, Fakultas Hukum Program Pascasarjana (S2) Universitas Hasanuddin Makassar, Vol III, No. 2, 28 Februari, 2019.
- Anwar Hidayat, Kepala Unit Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza “wawancara” di Ups Cabang Palu Plaza 24 Desember 2018
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Sudarsono, Heri. “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah “Deskripsi dan Ilustrasi” Yogyakarta:Eikonisia, 2003.
- Supriyadi, Ahmad. “Struktur Hukum Pegadaian Syariah Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Hukum Positif”, Jurnal Penelitian Islam, STAIN Kudus Program Doktor Pascasarjana IAIN Walisongo Semarang, Vol. III, No.2 Januari-Februari, 2019.

- Sastrohadiwiryo, B.Siswanto. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasisan Al-Qur'an*. Vol 3, Ciputat: Lentera hati, 2001.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: CV Alfabeta, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: CV Alfabeta, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: CAPS.
- Sarjono, Haryadi. dan Wilda Julianti. 2011. "*SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar : Aplikasi Untuk Riset*", Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Tjiptono, Fandi. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta : Bau Media, 2011.
- Widagdo, Herry. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vo1. 1 No. 1 September 2011.
- Yogiarto, Atanasius Hardian Permana. *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Pekalongan)*. Diss. Fakultas Ekonomi, 2

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur :tahun
4. Jenis Kelamin : Laki-laki/ Perempuan
5. Pekerjaan : a) Pelajar/Mahasiswa/i
b) Wiraswasta
c) Pegawai Negeri
d) Pegawai Swasta
e) Ibu rumah tangga
f) lainnya.....

B. Daftar Pertanyaan Wawancara

Pilihlah salah satu tanggapan yang dianggap paling sesuai dengan kriteria-kriteria yang dimiliki oleh Pegawai Syariah, dengan menggunakan petunjuk berikut ini untuk menjawab pertanyaan tersebut kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
KS = Kurang Setuju
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

Pilihlah jawaban yang menurut anda benar dengan menggunakan tanda silang (X)

PROMOSI

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang tabungan emas dapat menjangkau banyak calon pembeli					
2	Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang tabungan emas sangat menarik					
3	Pegadaian Syariah sering mempromosikan tabungan emas untuk memantapkan penerimaan informasi tentang tabungan emas					
4	Bahasa dalam mempromosikan tabungan emas yang dilakukan Pegadaian Syariah mudah dipahami					

KUALITAS PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai Pegadaian Syariah berpakaian rapi					
2	Kemampuan pelayanan Pegadaian Syariah dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat waktu					
3	Pegawai Pegadaian Syariah bersedia memberikan pelayanan yang baik					
4	Pegadaian syariah dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan dalam menyimpan emas					
5	Pegawai Pegadaian Syariah memberikan perhatian kepada nasabah					

MOTIVASI

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk tabungan emas bisa menjadi alternative investasi emas					
2	Tabungan emas menjadi salah satu media penyimpanan emas yang aman					
3	Saya terdorong memiliki tabungan emas karena sedang <i>trend</i> di masyarakat					
4	Keluarga atau kerabat mendukung saya untuk memiliki tabungan emas Pegadaian Syariah					
5	Saya merasa senang memiliki tabungan emas Pegadaian Syariah					

KEPUTUSAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat membeli produk tabungan emas Pegadaian Syariah					
2	Saya akan merekomendasikan tabungan emas Pegadaian Syariah kepada keluarga atau kerabat saya					
3	Saya akan rajin menabung emas dengan tabungan emas di Pegadaian Syariah					
4	Saya memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah karena saya percaya kemampuan Pegadaian Syariah Dalam mengelola emas					

***** TERIMAKASIH ATAS KERJASAMA BAPAK/ IBU/ SDR/I *****

ANGKET

Perihal : Permohonan Pengisian Angket

Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth.
Saudara/i
Di tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saudara/i, dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Rumah Makan Sambal Lalap Kota Palu.

Dengan ini saya, sebagai peneliti:

Nama : Aulia Hidayah
NIM : 153120124
Jurusan : Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Sedang melakukan penelitian dengan judul :

“PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK TABUNGAN EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PALU PLAZA KOTA PALU”

Untuk membantu penelitian ini, peneliti memohon dengan hormat kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta saudara/i akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan data yang kami butuhkan dalam penyusunan penelitian ini. Adapun data-data ini semata-mata untuk penelitian, kami akan menjaga kerahasiaan data yang kami peroleh.

Atas bantuan saudara/i dan menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,
Penulis



AULIA HIDAYAH
15.3.12.0124



LAMPIRAN II
(TABULASI KUISIONER)

**TABULASI KUISIONER
PROMOSI (X1)**

No. Resp	Nomor Pernyataan				Jumlah
	1	2	3	4	
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	5	20
3	5	4	4	4	17
4	5	5	4	5	19
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	5	20
7	5	4	5	5	19
8	5	4	5	5	19
9	5	4	5	5	19
10	5	5	5	5	20
11	5	4	5	5	19
12	5	4	5	5	19
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	4	4	4	17
18	5	5	5	5	20
19	5	4	5	5	19
20	5	4	5	5	19
21	5	5	4	4	18
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	4	5	5	19
25	5	4	5	4	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	5	5	5	19
32	5	5	5	5	20
33	5	4	4	4	17
34	5	5	4	5	19
35	5	5	4	5	19

36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	5	4	5	5	19
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	5	5	5	4	19
43	4	5	5	5	19
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	5	5	5	5	20
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	4	5	4	5	18
51	5	5	5	4	19
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	20
56	4	4	4	5	17
57	5	5	5	4	19
58	4	4	5	5	18
59	4	5	5	4	18
60	5	4	4	5	18
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20
64	4	4	5	4	17
65	4	5	5	5	19
66	5	4	5	5	19
67	5	4	5	5	19
68	4	4	5	5	18
69	5	5	5	5	20
70	4	5	5	4	18
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	5	5	4	4	18
75	5	4	5	5	19

76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
79	5	4	5	5	19
80	5	4	5	5	19
81	5	4	5	5	19
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	4	5	5	4	18
85	5	4	5	5	19
86	5	4	5	5	19
87	4	4	4	5	17
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	5	20
90	5	4	5	5	19
91	4	5	5	5	19
92	5	4	5	5	19

**TABULASI KUISIONER
KUALITAS PELAYANAN (X2)**

No. Resp	Nomor Pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	4	20
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	5	5	24
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	4	4	5	5	4	22
14	5	5	4	5	5	24
15	4	5	5	5	5	24
16	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	5	5	25

18	5	5	5	5	5	25
19	5	4	5	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	5	5	4	22
23	4	5	5	5	5	24
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	5	4	5	5	5	24
27	5	5	5	5	4	24
28	4	4	5	5	5	23
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	5	21
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	4	24
33	5	4	4	5	4	22
34	5	5	4	5	5	24
35	4	5	4	4	4	21
36	5	5	5	5	4	24
37	5	4	4	4	4	21
38	5	5	4	5	5	24
39	4	4	4	4	4	20
40	4	4	5	5	4	22
41	4	5	5	4	5	23
42	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	4	4	23
46	4	5	5	5	5	24
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	4	24
49	5	4	5	5	4	23
50	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	4	4	20
52	5	4	4	5	4	22
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	5	5	5	25
56	5	4	5	4	4	22
57	4	5	5	4	4	22
58	5	5	5	5	5	25

59	5	5	5	5	4	24
60	5	5	5	5	4	24
61	4	4	5	4	4	21
62	5	5	5	5	4	24
63	5	4	5	5	5	24
64	5	5	5	5	4	24
65	5	4	5	5	5	24
66	5	5	5	4	5	24
67	5	5	5	5	5	25
68	5	4	5	5	5	24
69	4	4	5	5	5	23
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	4	24
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	5	5	22
75	5	5	5	5	4	24
76	5	5	5	5	4	24
77	5	4	5	4	5	23
78	5	5	5	5	4	24
79	5	5	5	5	5	25
80	5	4	5	5	5	24
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	5	5	4	22
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	4	24
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	5	4	4	23
89	5	5	4	5	5	24
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25

**TABULASI KUISIONER
MOTIVASI (X3)**

No. Resp	Nomor Pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	5	4	5	5	4	23

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

43	5	5	4	5	5	24
44	5	4	4	4	4	21
45	5	4	4	4	4	21
46	5	5	5	4	4	23
47	5	5	4	4	4	22
48	4	5	5	5	5	24
49	4	5	4	4	5	22
50	5	5	5	5	5	25
51	5	5	5	5	5	25
52	5	4	5	5	5	24
53	5	5	4	4	5	23
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	4	4	5	23
56	5	5	4	4	4	22
57	5	5	4	4	5	23
58	5	5	5	4	4	23
59	5	5	4	5	5	24
60	5	4	4	4	5	22
61	5	5	4	4	5	23
62	5	5	4	5	5	24
63	5	5	4	5	5	24
64	5	4	4	5	4	22
65	5	5	4	5	5	24
66	5	5	4	5	5	24
67	5	5	4	5	5	24
68	5	5	5	5	5	25
69	5	5	5	5	5	25
70	5	5	4	5	5	24
71	5	5	4	5	5	24
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	5	5	4	4	4	22
75	5	4	5	5	4	23
76	5	5	4	4	5	23
77	4	5	4	4	4	21
78	5	5	4	4	4	22
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	4	5	5	24
81	5	4	4	5	4	22
82	4	5	4	5	5	23
83	5	5	5	5	5	25

84	4	4	5	4	5	22
85	5	4	5	5	5	24
86	5	4	4	5	5	23
87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	4	4	5	23
89	5	5	5	4	5	24
90	5	5	5	5	5	25
91	4	4	4	5	5	22
92	5	5	5	5	5	25

**TABULASI KUISIONER
KEPUTUSAN MEMILIH (Y)**

No. Resp	Nomor Pernyataan				Jumlah
	1	2	3	4	
1	4	5	4	5	18
2	5	4	4	5	18
3	5	4	4	5	18
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	5	5	4	5	19
7	5	4	4	4	17
8	5	5	4	5	19
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	4	5	19
12	5	5	5	4	19
13	5	5	4	4	18
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	4	5	19
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	5	4	4	5	18
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	5	17
23	5	5	4	5	19
24	5	5	4	5	19
25	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20

27	5	4	5	5	19
28	5	5	5	5	20
29	5	5	5	5	20
30	4	5	5	5	19
31	5	4	5	5	19
32	5	5	5	5	20
33	5	5	4	5	19
34	5	4	5	5	19
35	5	4	4	4	17
36	5	5	4	5	19
37	4	4	4	4	16
38	5	5	4	5	19
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	4	4	5	4	17
42	5	5	4	5	19
43	5	4	5	5	19
44	4	4	4	5	17
45	4	4	4	4	16
46	4	5	4	4	17
47	4	5	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	5	5	4	5	19
51	5	5	4	5	19
52	5	4	5	4	18
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	5	5	4	5	19
56	4	4	4	4	16
57	5	4	4	4	17
58	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	20
60	5	5	4	5	19
61	5	5	5	5	20
62	4	5	5	5	19
63	5	5	4	5	19
64	4	4	4	4	16
65	5	5	4	5	19
66	5	5	4	5	19
67	4	5	5	5	19

68	4	5	4	5	18
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	4	19
74	4	4	4	4	16
75	5	4	5	5	19
76	5	5	4	5	19
77	4	4	4	4	16
78	4	5	5	4	18
79	5	4	4	5	18
80	4	5	5	5	19
81	5	5	5	5	20
82	5	4	4	4	17
83	5	5	5	5	20
84	5	5	4	4	18
85	5	4	5	5	19
86	5	4	5	5	19
87	5	4	4	4	17
88	5	5	4	5	19
89	5	4	4	5	18
90	5	5	4	5	19
91	4	5	5	5	19
92	5	5	5	5	20



LAMPIRAN III
(UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS)

PROMOSI (X1)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	14.1522	1.010	.472	.619
P2	14.3261	1.013	.334	.718
P3	14.1413	.958	.564	.562
VAR00004	14.1522	.966	.535	.579

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	4

KUALITAS PELAYANAN (X2)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	18.8913	1.680	.594	.708
P2	18.9565	1.646	.564	.719
P3	18.8478	1.823	.502	.740
P4	18.8478	1.713	.621	.701
VAR00005	19.0217	1.736	.440	.766

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	5

MOTIVASI (X3)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	18.3913	1.581	.330	.575
P2	18.4674	1.438	.403	.537
P3	18.7717	1.431	.331	.577
P4	18.6848	1.405	.347	.568
P5	18.4674	1.417	.427	.525

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.611	5

KEPUTUSAN MEMILIH (Y)

a. Uji Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

P1	13.8478	1.163	.423	.622
P2	13.9348	1.073	.463	.596
P3	14.1196	1.139	.346	.678
P4	13.8587	1.024	.594	.510

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	4



LAMPIRAN IV
(UJI REGRESI LINEAR BERGANDA)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.364	.342	1.07631

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.361	3	19.454	16.793	.000 ^a
	Residual	101.944	88	1.158		
	Total	160.304	91			

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.568	2.313		1.110	.270		
	promosi	.171	.103	.163	1.662	.100	.754	1.326
	Kualitas pelayanan	.180	.075	.216	2.408	.018	.897	1.115
	Motivasi	.367	.092	.398	3.991	.000	.725	1.379

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MEMILIH

LAMPIRAN V
LEMBAR CARA MENCARI
 T_{tabel} DAN F_{tabel}

Rumus $T_{\text{tabel}} \Rightarrow \text{TINV}(0,05, \text{Jumlah Sampel} - \text{Jumlah Variabel X dan Y})$

Rumus $F_{\text{tabel}} \Rightarrow \text{FINV}(0,05, \text{Jumlah Variabel X}, \text{Jumlah sampel} - \text{Jumlah Variabel X dan Y})$

Contoh :

Jumlah Variabel X = 2

Jumlah Sampel = 76

Jumlah Variabel Y = 1

Jadi Cara Mencari F tabelnya :

$\text{FINV}(0.05, 2, 73)$



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU
FAKULTAS SYARIAH & EKONOMI ISLAM
Jl. Diponegoro No. 25 Telp. 0451-460798 Fax. 0451460165 Palu 94221
email: humas@iainpalu.ac.id - website:www.iainpalu.ac.id

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Ayia Hidayah NIM : 153120124
TTL : Toll-toli 28 Juni 1996 Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Ekonomi Syariah Semester : VII (Tujuh)
Alamat : Il. Badong HP : 0853-9487-9737

Judul :

Judul I

"Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Motivasi terhadap
Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah"
(Studi Kasus di Pegadaian Syariah Palu Plaza Kota Palu)

Judul II

"Strategi Pemasarkan Pabrik Kayu Elta dalam Meningkatkan Pendapatan
Pasar Gempa Riktsau dari Perspektif Ekonomi Islam"
(Studi Kasus Pabrik Kayu Elta di Il. Badong, Kec. Uluadi Kota Palu)

Judul III

"Strategi Pemasarkan Industri Kerupuk Amplang Karya Bintang
Emas, Kec. Barong Anyar Kalimantan Utara"

Palu, 21 Desember 2018
Mahasiswa,

NIM 153120124

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Judul disetujui untuk pendisiplinan proposal final skripsi

Pembimbing I : Mrs. Supriatni, M.Ed.

Pembimbing II : Ayahir Sofyan, S.EI. M.E.I

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
Dan Pengembangan Kelembagaan

Dr. Gani Jumat, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19671017 199803 1 001

Ketua Jurusan

Dr. Salsal Masyharoh, M.Th.I
NIP. 19670710-199802-2-005

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU
NOMOR : 469 TAHUN 2018**

TENTANG

**PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM IAIN PALU
TAHUN AKADEMIK 2018/2019**

- Membaca : Surat saudara : **Aulia Hidayah / NIM 15.3.12.0124** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu dengan judul skripsi : **Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Palu Plaza Kota Palu)**
- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran pelaksanaan **pembimbingan** skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen **pembimbing** mahasiswa yang bersangkutan.
b. Bahwa mereka yang namanya **tercantum dalam** keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan dan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional
4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 tentang Perubahan STAIN Palu menjadi IAIN Palu;
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor In.18/R/KP/07.6/73/2014 tentang Pengangkatan Wakil Rektor dan Dekan di Lingkungan IAIN Palu.
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Insitut Agama Islam Negeri Palu

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALU TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA**

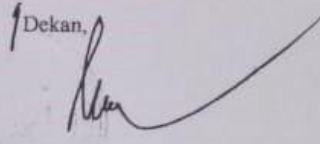
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM IAIN PALU TAHUN
AKADEMIK 2018/2019

- Pertama : 1. Drs. Sapruddin, M.H. (Pembimbing I)
2. Syaankir Sofyan, S.E.L., M.E. (Pembimbing II)
- Kedua : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- Ketiga : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA IAIN Palu Tahun Anggaran 2019.
- Keempat : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- Kelima : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

SALINAN : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di Palu
Pada Tanggal 26 Desember 2018

Dekan,


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I
NIP. 19650505 199903 1 002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Palu;
2. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Palu;
3. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
4. Mahasiswa yang bersangkutan;



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALU

الجامعة الإسلامية الحكومية فالو
STATE INSTITUTE FOR ISLAMIC STUDIES PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Diponegoro No.23 Palu Telp. 0451-460798, Fax 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 527 / In.13 / F.IV / PP.00.9 / 05 / 2019
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 10 Mei 2019

Kepada Yth
Kepala Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza
Di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Aulia Hidayah
NIM : 15.3.12.0124
TTL : Tolitoli, 28 Juni 1998
Semester : VIII
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Kedondong

Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :
"Pengaruh Promosi kualitas pelayanan dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan
Emas di pegadaian Syariah Palu Plaza Kota Palu"

Dosen Pembimbing :

1. Drs. Sapruddin, M.H.
2. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat
Diberikan izin untuk mengadakan penelitian di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza
Demikian surat ini, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



(Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I)

19650505 199903 1 002

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Pegadaian UPS Palu Plaza Kota Palu jalan Sis Aljufri menerangkan kepada:

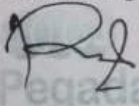
Nama : AULIA HIDAYAH
TTL : Toli-toli, 28 Juni 1998
NIM : 15.3.12.0145
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : jl. Kedondong no 35

Bahwa benar mahasiswa nama tersebut di atas telah melakukan penelitian Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Cabang Palu Plaza Kota Palu)"**.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Palu, 04 juli 2019

Pegadaian Cabang Palu Plaza


Pegadaian
Syariah
Anwar Hidayat SE, MM



LAMPIRAN X
BUKU TABUNGAN EMAS DAN
BROSUR

a. Wawancara



b. Proses Pengisian Kuisiонер



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas diri

Nama : Aulia Hidayah
Tempat/Tgl.Lahir : Toli-toli, 28 Juni, 1998
NIM : 15.3.12.0124
Alamat Rumah : Jl. Kedondong, No 35
No. HP/Telp : 0853- 9487- 9737
Email : auliahidayah864@gmail.com
Nama ayah : Suarto Abdul Karim
Nama Ibu : Nisma Puspa Sari

B. Riwayat Hidup

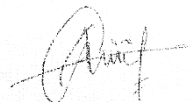
1. Pendidikan Formal

- a. SD, Tahun Lulus : SDN 004 Tarakan, 2008
- b. SMP, Tahun Lulus : SMPN 5 Tarakan, 2011
- c. SMK, Tahun Lulus :SMKN 1 Model Toli-toli, 2014
- d. Universitas, Tahun Lulus : IAIN Palu, 2019

C. Pengalaman Organisasi

1. Maha Chakti (Mapala) STISIPOL Palu.
2. Muhibbul riyadha (UKM Olahraga) IAIN Palu.
3. Ami (Anak Muda Indonesia).

Palu, 08 Juli 2019


AULIA HIDAYAH
15.3.12.0124