

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Data

##### 5.1.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 72 partisipan yang dipilih dari pelanggan Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar. Karakteristik partisipan meliputi jenis kelamin, agama, usia, pekerjaan, dan jumlah pinjaman gadai yang mereka ambil.

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel berikut menampilkan karakteristik berdasarkan jenis kelamin berdasarkan hasil penelitian:

**Tabel 7.1 Jumlah dan Persentase berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase%</b>
Laki-laki	15	20,84%
Perempuan	57	79,16%
<b>Jumlah</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Menurut tabel 7.1 di atas, wanita merupakan mayoritas konsumen gadai emas di Pt. Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar (79,16%), sedangkan pria hanya menyumbang persentase yang lebih kecil (20,84% dari 72 responden).

##### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Enam kelompok karakteristik keagamaan dalam penelitian ini Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan lainnya didasarkan pada temuan penelitian. Karena pelanggan pegadaian syariah bisa berasal dari kalangan Muslim maupun non-Muslim. Tabel 8.1 di bawah ini menunjukkan hasil dari kategorisasi keagamaan klien gadai emas Pt. Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar:

**Tabel 8.1 Jumlah dan Persentase berdasarkan Agama**

<b>Agama</b>	<b>Frekuensi (Org)</b>	<b>Persentase%</b>
Islam	63	87,5%
Hindu	0	0%
Kristen	6	8,3%
Budha	1	1,4%
Katolik	1	1,4%
Konghucu	1	1,4%
<b>Jumlah</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Tabel 8.1 menunjukkan bahwa 63 responden, atau 87,5% dari sampel, mengidentifikasi diri sebagai Muslim; tidak ada responden yang mengidentifikasi diri sebagai Hindu; enam responden, atau 8,3% dari sampel, mengidentifikasi diri sebagai Kristen; satu responden, atau 1,4% dari sampel, menganut agama Buddha; satu responden, atau 1,4% dari sampel, menganut agama Katolik; dan satu responden, atau 1,4% dari sampel, mengidentifikasi diri sebagai umat. Dari penelitian ini terlihat bahwa Islam mendominasi lanskap keagamaan di Pt. Pegadaian syariah unit talang banjar.

### **3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Umur**

Berdasarkan dari hasil penelitian, karakteristik nasabah gadai emas pegadaian emas di Pt. Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar tingkat umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 9.1 Jumlah dan Persentase berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi (org)</b>	<b>Persentase%</b>
<20 Tahun	3	4,2%
21-25 Tahun	2	2,8%
26-30 Tahun	4	5,6%
31-35 Tahun	10	14%
>36 Tahun	53	73,4%
<b>Jumlah</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Tabel 9.1 menunjukkan bahwa ada lima kategori berdasarkan usia responden. Kategori pertama, untuk mereka yang berusia di bawah 20 tahun, memiliki tiga individu dengan persentase 4,2%, sementara kelompok usia kedua, untuk mereka yang berusia antara 21 dan 25 tahun, memiliki dua individu dengan persentase 2,8%. Selanjutnya, terdapat empat responden dalam kategori usia 26 hingga 30 tahun (5,6%), sepuluh responden dalam kelompok usia 31 hingga 35 tahun (14%), dan 53 responden dalam kelompok usia di atas 36 tahun (73,4%) dalam klasifikasi responden. Temuan ini memberikan penjelasan mengapa mayoritas partisipan penelitian berusia di atas 36 tahun.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel berikut mengilustrasikan karakteristik klien gadai emas di Pt. Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar berdasarkan temuan penelitian:

**Tabel 10.1 Jumlah dan Persentase berdsarkan Pekerjaan**

Umur	Frekuensi (Org)	Persentase%
Pegawai Swasta	5	7%
Pegawai Negeri	7	9,8%
Wiraswasta	11	15,2%
Angkatan TNI/POLRI	0	0%
Ibu Rumah Tangga	31	43%
Pelajar/Mahasiswa	4	5,6%
Lainnya	14	19,4%
Jumlah	<b>72</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Menurut Tabel 10.1 di atas, karakteristik responden diketahui berdasarkan jenis pekerjaan yang dilakukan oleh pelanggan Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar. Ada lima karyawan swasta, atau persentase sebesar 7%; tujuh pegawai negeri, atau persentase sebesar 9,8%; sebelas orang yang bekerja sebagai wiraswasta, atau persentase sebesar 15,2%; tiga puluh satu ibu rumah tangga, atau persentase sebesar 43%; empat pelajar, atau persentase sebesar 5,6%; dan empat belas orang lainnya,

atau persentase sebesar 19,4%. Dari data ini, terlihat bahwa ibu rumah tangga merupakan mayoritas responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan.

## 5. Karakteristik Responden berdasarkan Jumlah Pinjaman Gadai

Tabel berikut mengilustrasikan karakteristik klien gadai emas di Pt. Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar berdasarkan temuan penelitian:

**Tabel 11.1 Jumlah dan Persentase berdasarkan Jumlah Pinjaman Gadai**

<b>Jumlah Pinjaman Gadai</b>	<b>Frekuensi (Org)</b>	<b>Persentase%</b>
<Rp. 500.000	29	40,3%
Rp. 501.000-5.000.000	26	36,1%
Rp. 5.001.000-20.000.000	11	15,2%
>Rp. 20.100.000	6	8,4%
<b>Jumlah</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

*Sumber data primer diolah, 2024*

Tabel 11.1 menyajikan data tentang pinjaman gadai yang diperoleh dari partisipan penelitian. Dari jumlah tersebut, 40,3% responden, atau 29 orang, memiliki pinjaman gadai kurang dari 500.000 rupiah, 36,1% responden, atau 26 orang, memiliki pinjaman antara Rp. 501.000 dan Rp. 5.000.000, 15,2% responden, atau 11 orang, memiliki pinjaman antara Rp. 5.01.000 dan Rp. 20.000.000, dan 8,4% responden, atau 6 orang, memiliki pinjaman melebihi Rp. 20.100.000. Dengan demikian, sebanyak 40,3%, atau 29 responden, memegang pinjaman gadai dengan total lebih dari Rp 500.000, yang merupakan mayoritas peserta survei.

## 5.2 Uji Instrumen data

### 5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid (Ghozali, 2016). Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS 26. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Corrected Item-Total Correlation, yang mana apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut

valid. Dengan  $n = 72$ , dimana  $df = n-2$  ( $72-2$ ) dengan tingkat signifikan 5% maka diperoleh r tabel sebesar 0,235.

**Tabel 12.1 Hasil Uji Validitas**

Variabel Penelitian	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Biaya Pemeliharaan (X1)</b>	X1.1	0,784	0,235	Valid
	X1.2	0,890	0,235	Valid
	X1.3	0,805	0,235	Valid
	X1.4	0,845	0,235	Valid
	X1.5	0,829	0,235	Valid
	X1.6	0,838	0,235	Valid
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	X2.1	0,415	0,235	Valid
	X2.2	0,536	0,235	Valid
	X2.3	0,600	0,235	Valid
	X2.4	0,665	0,235	Valid
	X2.5	0,486	0,235	Valid
	X2.6	0,709	0,235	Valid
	X2.7	0,469	0,235	Valid
	X2.8	0,665	0,235	Valid
	X2.9	0,603	0,235	Valid
<b>Promosi (X3)</b>	X3.1	0,482	0,235	Valid
	X3.2	0,538	0,235	Valid
	X3.3	0,495	0,235	Valid
	X3.4	0,896	0,235	Valid
	X3.5	0,878	0,235	Valid
	X3.6	0,833	0,235	Valid
<b>Keputusan Nasabah (Y)</b>	Y.1	0,452	0,235	Valid
	Y.2	0,516	0,235	Valid
	Y.3	0,321	0,235	Valid
	Y.4	0,289	0,235	Valid

	Y.5	0,744	0,235	Valid
	Y.6	0,835	0,235	Valid
	Y.7	0,731	0,235	Valid
	Y.8	0,726	0,235	Valid

Sumber data primer olahan spss 26 ,2024

Tabel 12.1 menunjukkan bahwa hasilnya valid untuk nilai yang dihasilkan dari masing-masing dari 29 baris dalam variabel Biaya Pemeliharaan (X1), Kualitas Layanan (X2), Promosi (X3), dan Keputusan Pelanggan (Y). Membandingkan setiap r hitung (korelasi person) dengan r tabel mengungkapkan hal ini. Temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa hasilnya valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

### 5.2.2 Uji Reabilitas

Kuesioner dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsiten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016). Reliabel atau tidaknya suatu variabel dapat dilihat melalui *Cronbach Alpha* hitung  $> 0,60$ .

**Tabel 13.1 Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> ( $\alpha$ ).	Keterangan
Biaya Pemeliharaan X1	0,910	Reliabel
Kualitas Pelayanan X2	0,728	Reliabel
Promosi X3	0,788	Reliabel
Keputusan Nasabah Y	0,728	Reliabel

Sumber data primer olahan spss 26 ,2024

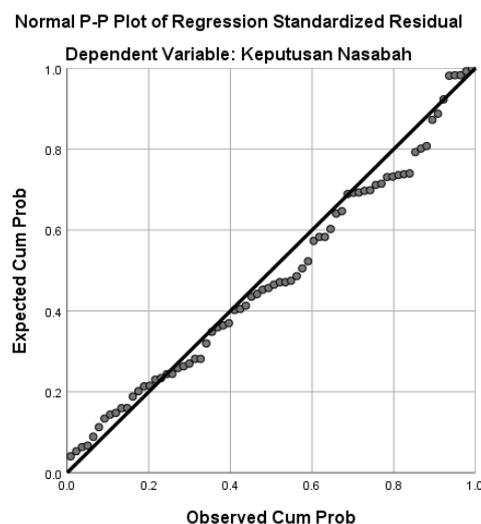
Berdasarkan dari tabel 13.1 di atas diketahui bahwa variabel yang diteliti memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,60. Dengan variabel Biaya pemeliharaan (X1) adalah sebesar 0,910, Kualiatas pelayanan (X2) adalah sebesar 0,728, Promosi (X3) adalah sebesar 7,28 dan Keputusan Nasabah (Y) adalah sebesar 0,728 yang digunakan teruji reliabilitasnya sehingga dinyatakan reliabel atau handal.

## 5.3 Uji Asumsi Klasik

### 5.3.1 Uji Normalitas Data

Ghozali dalam Beta Asteria: menggunakan Plot P-P dari Residual Standar untuk pengujian normalitas regresi. Titik-titik tersebar sepanjang garis diagonal, seperti yang terlihat dalam presentasi Normal P-P Plot dari Standar Regresi, karena tersebar secara alami (Ghozali, 2016).

Para peneliti menjalankan uji normalitas untuk menentukan apakah variabel-variabel dalam studi terdistribusi secara reguler. Anda dapat menggunakan metode analisis grafik Plot Probabilitas Normal untuk menentukannya. Ketika titik-titik dalam gambar tersebar pada atau sepanjang garis diagonal, ini menunjukkan bahwa data secara umum tersebar. Sementara itu, titik-titik dalam gambar akan tersebar dari garis diagonal karena data yang tidak terdistribusi dengan baik. Hasil uji normalitas dengan Plot P adalah sebagai berikut.



**Gambar 7.1 Hasil Uji Normalitas P-PLOT**

*Sumber: Output SPSS Versi 26.0*

Berdasarkan gambar 7.1, diketahui titik-titik pada kurva *P-plot* mendekati dan mengikuti arah garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi dengan normal. Model berdistribusi normal, karena membentuk lonceng. Suliyanto dalam jurnal Towoliu, menyatakan bahwa untuk melihat kurva normal pada histogram apabila model berdistribusi normal karena membentuk lonceng. Cara lainnya yaitu

dengan melihat diagram Normal *P Plot Regression Standardized*. Untuk memperkuat hasil *P-plot*, uji normalitas dapat dilakukan dengan cara analisis statistic menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai *Asymp Significant*. Apabila nilai *Asymp Significant* > 0,05 maka dapat dikatakan variabel berdistribusi normal. Apabila nilai *Asymp Significant* < 0,05 maka dapat dikatakan variabel tidak berdistribusi normal. Berikut merupakan hasil olah data uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* pada variabel Biaya Pemeliharaan, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Keputusan Nasabah.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	
N		72	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.33960743	
Most Extreme Differences	Absolute	.103	
	Positive	.103	
	Negative	-.053	
Test Statistic		.103	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.412 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.399
		Upper Bound	.425

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### Gambar 8.1 Hasil Uji Kolmogorov

*Sumber: Output SPSS Versi 26.0*

Berdasarkan gambar 8.1 di atas dapat diambil kesimpulan bahwa data berdistribusi dengan normal, karena nilai residual dari variabel dependent dan variabel independent mempunyai nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,057 lebih besar dari 0,05.

### 5.3.2 Uji Multikolonaritas

Dalam model regresi digunakan untuk menguji ada atau tidak adanya hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent. Regresi yang baik ditunjukkan dengan tidak adanya gejala multikolonaritas dengan melihat hasil VIF dan nilai Toleransi. Jika  $VIF > 10,00$  dan nilai Toleransi  $< 0,10$  artinya terjadi gejala multikolonaritas. Sedangkan, jika hasil  $VIF < 10,00$  dan nilai Toleransi  $> 0,10$  maka dalam penelitian ini tidak terjadi masalah multikolonaritas (Ghozali, 2016). Uji multikolonaritas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 26 dengan melihat panduan dari salah satu akun youtube dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 14.1 Hasil Uji Multikolonaritas**

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Biaya Pemeliharaan	0,571	1,750	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan	0,786	1,272	Tidak terjadi Multikolinieritas
Promosi	0,611	1,638	Tidak terjadi Multikolinieritas

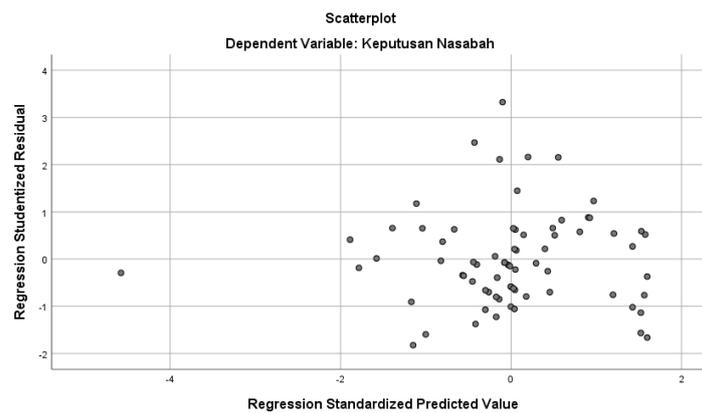
Sumber: Output SPSS Versi 26.0

Berdasarkan tabel 14.0 hasil uji multikolinieritas untuk model yang dianalisis, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas yang serius di dalam model tersebut. Hal ini ditunjukkan oleh nilai tolerance yang lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* yang lebih kecil dari 10 untuk ketiga variabel independen, yaitu Biaya Pemeliharaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Promosi (X3). Secara spesifik, nilai tolerance untuk variabel biaya pemeliharaan 0,571, dan nilai VIF adalah 1,750, nilai tolerance untuk variabel kualitas pelayanan 0,786 dan nilai VIF 1,272, lalu nilai tolerance untuk variabel promosi 0,611 dan nilai VIF 1,638 .

### 5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat model regresi apakah memenuhi persyaratan atau tidak dengan melihat ada/tidaknya keridaksamaan varian

dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2016). Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Scatterplot* dan uji *Glejser*. Dasar pengambilan keputusan untuk uji *Scatterplot* dengan melihat *output* jika titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah, atau di sekitar angka 0, maka model regresi Anda tidak mengalami heteroskedastisitas. Sedangkan untuk uji *Glejser* dilihat dari nilai 0,05 maka dalam hal ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



**Gambar 9.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**  
Sumber: Output SPSS Versi 26.0

Titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak dan tersebar di atas maupun di bawah angka 0. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model angket layak dipakai. Dalam Penelitian ini penulis juga menggunakan Uji Gletser untuk memperkuat pengujian heterkedastisitas dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 15.1 Hasil Uji Heterokedastisitas Uji Gletser**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.280	1.961		1.163	.249
	Biaya Pemeliharaan	.080	.060	.212	1.342	.184
	Kualitas Pelayanan	-.059	.058	-.137	-1.018	.312
	Promosi	-.013	.070	-.029	-.189	.850

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS Versi 26.0

Pada Tabel 15.1 diatas dapat dilihat bahwa variabel Biaya Pemeliharaan (X1) dengan nilai sig sebesar 0,184 variabel Kualitas Pelayanan (X2) dengan nilai sig 0,312 dan Promosi (X3) dengan nilai sig 0,850. Dimana semua variabel tersebut memiliki nilai signifikan > 0,05, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi heterokedartisitas.

#### 5.4 Analisis Kuantitatif Regresi Linear Berganda

Adapun hasil penelitian analisis kuantitatif regresi linear berganda dapat dilihat pada table berikut:

**Tabel 16.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.296	3.110		4.276	.000
	Biaya Pemeliharaan	.599	.094	.652	6.341	.000
	Kualitas Pelayanan	-.032	.092	-.031	-.351	.727
	Promosi	.209	.111	.187	1.878	.065

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

*Sumber: Output SPSS Versi 26.0*

Pada table diketahui bahwa nilai Constant (a) sebesar 13,296 nilai B biaya pemeliharaan (X1) sebesar 0,559, nilai B kualitas pelayanan (X2) sebesar -0,032 dan nilai B Promosi (X3) sebesar 0,209. Perhitungan regresi linear berganda didapatkan hasil sebagai berikut:

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

$$Y = 13.296 + 0,599X_1 + (-0,032)X_2 + 0.209X_3 + 0,05$$

Persamaan analisis regresi linear berganda memiliki hubungan antara variabel dependent dengan variabel dependent. Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstan a sebesar 13,296, yang Artinya apabila variabel Biaya Pemeliharaan (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) nilainya 0 atau tetap maka nilai variabel keputusan nasabah (Y) gadai emas Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar sebesar 13,296.

2. Nilai Koefisien regresi biaya pemeliharaan ( $X_1$ ) adalah sebesar 0,559, yang artinya apabila variabel biaya pemeliharaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah ( $Y$ ) gadai emas di Pegadaian syariah unit Talang Banjar mengalami peningkatan sebesar 0,559 dengan asumsi variabel independent lainnya nilainya tetap. Koefisien bernilai positif antara biaya pemeliharaan dengan keputusan nasabah, maka semakin terjangkau biaya pemeliharaan, maka semakin meningkat keputusan nasabah pada Pegadaian Syariah Unit talang banjar.
3. Nilai Koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_2$ ) adalah sebesar -0,032, yang artinya apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah ( $Y$ ) gadai emas di Pegadaian syariah unit Talang Banjar mengalami penurunan sebesar -0,032 dengan asumsi variabel independent lainnya nilainya tetap. Koefisien bernilai negatif antara kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah, maka semakin naik kualitas pelayanan, maka semakin menurun keputusan nasabah pada Pegadaian Syariah Unit talang banjar.
4. Nilai Koefisien regresi promosi ( $X_3$ ) adalah sebesar 0,209, yang artinya apabila variabel promosi mengalami kenaikan 1 satuan, maka keputusan nasabah ( $Y$ ) gadai emas di Pegadaian syariah unit Talang Banjar mengalami peningkatan sebesar 0,209 dengan asumsi variabel independent lainnya nilainya tetap. Koefisien bernilai positif antara promosi dengan keputusan nasabah, semakin naik promosi, maka semakin meningkat keputusan nasabah pada Pegadaian Syariah Unit talang banjar.

## **5.5 Uji Hipotesis**

### **5.5.1 Uji Parsial (uji t)**

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai Sig > 0,05 maka  $H_1$  diterima,  $H_0$  ditolak Jika nilai Sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.

**Tabel 17.1 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.296	3.110		4.276	.000
	Biaya Pemeliharaan	.599	.094	.652	6.341	.000
	Kualitas Pelayanan	-.032	.092	-.031	-.351	.727
	Promosi	.209	.111	.187	1.878	.065

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 26.0

Pada penelitian ini, diketahui jumlah sampel  $n = 72$  dan jumlah variabel  $k = 3$ , dengan demikian, diperoleh  $df = 100 - 3 = 69$ , yang menunjukkan t table sebesar 1,667 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan tabel, uji parsial (uji t) dijelaskan sebagai berikut :

1. Pada variabel biaya pemeliharaan (X1) di peroleh t hitung = 6,341 lebih besar dari jumlah t tabel yaitu 1,667, dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari perhitungan tersebut dapat dibuktikan jika H1 diterima, artinya terdapat pengaruh variabel biaya pemeliharaan secara signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar.
2. Pada variabel kualitas pelayanan (X2) di peroleh t hitung = -0,031 lebih kecil dari jumlah t tabel yaitu 1,667, dengan nilai signifikansi 0,065 lebih besar dari 0,05. Dari perhitungan tersebut dapat dibuktikan jika H3 ditolak, artinya pengaruh variabel promosi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar.
3. Pada variabel promosi (X3) di peroleh t hitung = 1,878 lebih besar dari jumlah t tabel yaitu 1,667, namun nilai signifikansi 0,065 lebih besar dari 0,05. Dari perhitungan tersebut dapat dibuktikan jika H3 ditolak, artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar.

### 5.5.2 Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan atau tidak terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan < 0,05 maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, begitupun sebaliknya.  $F_{tabel}$  dapat dihitung dengan cara  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = n-k$ , dimana  $k$  adalah jumlah variabel dependen dan independen,  $n$  jumlah responden. Maka  $df_1 = 4-1 = 3$  dan  $df_2 = 72-3 = 69$ , jadi  $F_{tabel}$  adalah 2,74.

**Tabel 18.1 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	556.474	3	185.491	32.455	.000 <sup>b</sup>
	Residual	388.637	68	5.715		
	Total	945.111	71			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Biaya Pemeliharaan						

*Sumber: Output SPSS Versi 26.0*

Berdasarkan tabel 18.1 diketahui  $F_{hitung} = 32,225$  dan signifikansi  $F=0,000$ . Karena  $F_{hitung} > F_{table}$  dan nilai  $Sig.F$  lebih kecil dari 0,05, maka  $H_4$  diterima atau dapat disimpulkan bahwa variabel biaya pemeliharaan ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar.

### 5.6 Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) memiliki tujuan agar dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam SPSS, koefisien determinasi terletak pada Model Summary dan tertulis R Square. Jika didapati nilai  $R^2$  kecil (mendekati 0) maka kemampuan variabel bebas dalam menjalankan variasi variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya, jika  $R^2$  besar

(mendekati 1) maka kemampuan variabel bebas dalam menjalankan variasi variabel terikat besar.

**Tabel 19.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 <sup>a</sup>	.589	.571	2.391
a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Biaya Pemeliharaan				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Sumber: Output SPSS Versi 26.0

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,571 ini artinya bahwa kontribusi variabel biaya pemeliharaan, kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 57,1% sedangkan sisanya sebesar 42,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## 5.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Biaya Pemeliharaan, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah unit Talang Banjar dapat dibuat pembahasan yang diuraikan berikut ini.

### 5.7.1 Pengaruh Biaya Pemeliharaan Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa biaya pemeliharaan secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Amri & Ardana, 2023) berjudul Pengaruh Biaya Ujrah (Penitipan) Terhadap Keputusan Nasabah Pada Produk Gadai Emas (Rahn) PT. Pegadaian Persero Cabang Syariah dengan analisis penelitian kuantitatif mendapatkan hasil bahwa secara parsial biaya penitipan (ujrah) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah pada produk gadai emas PT. Pegadaian Persero Cabang Syariah. Menurut penelitian

yang dilakukan oleh (Diana ferta dan novera martilova (2023) dengan judul “Pengaruh Biaya Pemeliharaan (Mu’nah) Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggadaikan Emas (Studi Kasus: Unit Pegadaian Syariah Manggis Kota Bukittinggi)” mendapatkan hasil yang sama yaitu secara parsial biaya pemeliharaan (Mu’nah) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah menggadaikan emas. Temuan dari studi penelitian ini memberikan dukungan terhadap penelitian sebelumnya.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa biaya pemeliharaan yang mempengaruhi keputusan nasabah gadai emas di pegadaian syariah unit talang banjar dapat dilihat dari beberapa indikator, diantaranya adalah Penetapan tarif pemeliharaan *mu’nah*, harga yang terjangkau dan diskon atau potongan harga. Penetapan Tarif pemeliharaan *mu’nah*, semakin tinggi *mu’nah*, semakin besar beban finansial yang harus ditanggung oleh nasabah, sehingga hal ini dapat membuat nasabah lebih berhati-hati dalam memutuskan untuk menggunakan layanan gadai tersebut. Apabila *mu’nah* terlalu tinggi, nasabah mungkin akan mencari alternatif lain yang biayanya lebih rendah, seperti pinjaman dari lembaga keuangan lain atau menjual barang yang dimiliki. Oleh karena itu, pihak pegadaian syariah perlu memperhatikan besarnya ujroh agar tetap kompetitif dan memiliki harga yang terjangkau agar tetap menarik keputusan nasabah untuk menggunakan layanan gadai mereka. Faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi nasabah dalam memilih lembaga gadai yang akan mereka gunakan, karena ujroh yang tinggi dianggap dapat mengurangi keuntungan dari peminjaman. Penelitian yang dilakukan oleh (Kelibia, 2022) dengan judul “Studi Komparasi Konsep Biaya Pemeliharaan Barang Jaminan Dan Konsep Bunga Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah (Pegadaian Syariah Dan Pegadaian Convensional Di Ambon)” menunjukkan biaya pemeliharaan pegadaian syariah lebih rendah dibandingkan pegadaian konvensional. Kecenderungan nasabah terhadap keputusan gadai dipengaruhi oleh penetapan tarif *mu’nah* dan harga yang terjangkau.

Dalam prinsip islam implementasi pegadaian syariah mempunyai tujuan untuk mensejahterakan masyarakat, bagaimana masyarakat mendapatkan kucuran dana pinjaman untuk kebutuhan darurat atautkah untuk menambah modal usaha. Lebih jauh Islam sebagai pedoman hidup telah menetapkan batasan serta ketentuan-ketentuan untuk umatnya mendapatkan rezki secara halal dan baik. Begitupun Lembaga seperti pegadaian syariah yang melayani nasabah harus mengikuti ketentuan yang telah ada pada syariat agar tercapainya falah.

Biaya pemeliharaan merupakan bagian dari transaksi yang sah dalam system keuangan syariah dimana diatur dalam Fatwa MUI 92/DSN-MUI/IV/2014 point keenam tentang pembiayaan bagian 3 yakni “Jika terjadinya rahn (dain/marhun bih) karena hutang (akad qardh), maka pendapatan murtahin hanya berasal dari (pemeliharaan/pelayanan jasa bantuan) dari marhun yang besarnya akan ditentukan pada saat terjadinya rahn (dain/marhun bih) kontrak ujarah dalam akad ijarah” fatwa ini menyebutkan bahwa semua bentuk pembiayaan atas biaya pemeliharaan atau penitipan boleh dijamin dengan agunan (*Rahn*).

*Mu'nah* adalah biaya jasa pemeliharaan atau penjagaan barang jaminan yang dipungut untuk mengganti biaya yang dikeluarkan oleh Pegadaian Syariah. Biaya barang jaminan yang dikenakan kepada nasabah yang harus dibayar sesuai berapa biaya yang di keluarkan oleh Gadai Syariah yang dihitung dari harga barang jaminan kemudian dikalikan dan ditambah jumlah pinjaman gadaian jumlah angsuran setiap bulan.

Disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 233: “*Dan jika kamu ingin anakmu disusukan oleh orang lain, maka tidak ada dosa bagimu apabila kamu memberikan pembayaran menurut yang patut. bertakwalah kamu kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan*”.

Ayat ini menjelaskan pentingnya membayar upah yang adil kepada karyawan setelah mempekerjakan mereka. Dalam hal ini, menyusui akan memanfaatkan pekerjaan individu. Jadi yang harus dibayar bukanlah harga susu itu sendiri, melainkan orang yang mengerjakannya. Meskipun tidak secara

langsung mengacu pada biaya pemeliharaan, prinsip-prinsip yang terkandung dalam ayat ini menunjukkan bahwa kewajiban dalam membayar upah dimana upah tidak bisa dipisahkan dari sewa menyewa (*ijarah*) dan biaya pemeliharaan (*Mu'nah*) dimana diisyaratkan tidak kurang nilainya, harus jelas dimana upah pemeliharaan ditentukan terlebih dahulu seperti yang telah dilaksanakan pegadaian syariah unit Talang Banjar dengan menetapkan biaya pemeliharaan *rahn* diawal transaksi gadai emas Dengan begitu jelas sudah bahwa biaya pemeliharaan di pegadaian syariah seharusnya menjadi sebuah kemaslahatan yang harus diutamakan.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel biaya pemeliharaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai di pegadaian syariah.

#### **5.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan nasabah gadai emas di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Khotriah et al., 2020) berjudul “Pengaruh biaya ijarah dan pelayanan prima terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan produk pembiayaan gadai emas syariah pada Bprs metro madani kantor pusat Metro” dengan analisis penelitian kuantitatif mendapatkan hasil bahwa secara parsial pelayanan berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fitruiani, 2023) berjudul “Pengaruh reputasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah” mendapatkan hasil bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Penelitian dan pengalaman praktis menunjukkan bahwa dalam konteks pegadaian syariah, kualitas pelayanan tidak memiliki dampak signifikan

terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai. Meskipun kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam mempertahankan keputusan nasabah, faktor-faktor lain seperti biaya, kecepatan proses, dan kemudahan akses cenderung lebih memengaruhi keputusan nasabah.

Nasabah yang menggunakan layanan gadai seringkali lebih fokus pada faktor praktis dan finansial, seperti biaya ujroh dan keuntungan yang diperoleh dari transaksi gadai, daripada kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga pegadaian. Ini menunjukkan bahwa nasabah lebih condong pada pertimbangan ekonomi daripada aspek pelayanan ketika memilih lembaga gadai.

Konsep kualitas pelayanan tidak hanya mencakup efisiensi dalam transaksi keuangan, tetapi juga integritas, keadilan, dan pelayanan yang baik kepada nasabah. Dalam konteks ekonomi Islam, memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi kepada pelanggan dipandang sebagai bagian dari amanah dan tanggung jawab moral untuk memberikan yang terbaik dalam setiap interaksi bisnis.

Disebutkan dalam Al-Qur'an surah Al-Ma'un ayat 4-7: "*Maka celakalah orang-orang yang shalat, yaitu orang-orang yang lalai terhadap shalatnya, orang-orang yang berbuat riya, dan enggan memberikan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan.*"

Ayat ini menegaskan bahwa pelayanan yang tulus dan ikhlas kepada orang lain, termasuk dalam konteks ekonomi dan keuangan, merupakan bagian integral dari praktik keagamaan yang sejati dalam Islam.

Pegadaian Syariah dapat menerjemahkan nilai-nilai ini ke dalam praktik operasional mereka dengan memastikan bahwa setiap transaksi dan layanan yang mereka berikan tidak hanya memenuhi standar profesionalisme, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai etika Islam. Misalnya, mereka dapat memastikan bahwa proses pemberian pinjaman dan layanan keuangan lainnya dilakukan dengan transparansi, keadilan, dan kesopanan yang tinggi, sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong untuk berlaku adil dalam setiap aspek kehidupan.

Dengan demikian, integrasi teori kualitas pelayanan dalam Pegadaian Syariah tidak hanya menjadi kunci untuk meningkatkan keputusan nasabah dan

membangun reputasi yang baik di masyarakat, tetapi juga merupakan bagian dari komitmen mereka untuk menjalankan prinsip-prinsip ekonomi Islam secara menyeluruh. Hal ini membantu memastikan bahwa aktivitas bisnis mereka tidak hanya menghasilkan keuntungan materi, tetapi juga berkontribusi positif dalam membangun masyarakat yang adil, berempati, dan beretika sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Selain itu, beberapa penelitian juga menemukan bahwa nasabah cenderung lebih toleran terhadap kekurangan dalam pelayanan asalkan kebutuhan finansial mereka terpenuhi dengan baik dan proses transaksi berjalan lancar. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti keamanan transaksi dan kejelasan prosedur lebih diutamakan oleh nasabah daripada kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan bukanlah faktor utama yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan gadai di pegadaian syariah. Oleh karena itu, strategi yang lebih efektif bagi lembaga pegadaian adalah fokus pada aspek-aspek lain yang lebih memengaruhi keputusan nasabah, sambil tetap memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk gadai emas, yang berarti H2 ditolak.

### **5.7.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah di Pegadaian Syariah Unit Talang Banjar**

Promosi dapat menjadi strategi penting dalam meningkatkan keputusan nasabah dengan indikator Bukti fisik, Realibilitas, Daya tanggap, Jaminan dan Empati namun pada penelitian ini dan pengalaman praktis menunjukkan bahwa promosi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan gadai emas di pegadaian syariah unit Talang Banjar.

Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wirda, 2021) dengan hasil bahwa promosi tidak berpengaruh signifikan berkenaan dengan peningkatan jumlah nasabah. Serta penelitian yang dilakukan oleh (Bela, 2023) dengan judul “Pengaruh Produk, Promosi, Dan Biaya Mu’nah Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas Pada Bsi Kcp Pemasang 1” dengan hasil Promosi tidak berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan produk gadai emas.

Konsep promosi dalam konteks ini tidak hanya mencakup penghargaan finansial, tetapi juga pengakuan dan insentif yang bertujuan untuk mendorong kinerja optimal dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Dalam perspektif ekonomi Islam, promosi yang adil dan transparan dilihat sebagai bagian dari membangun masyarakat yang berkeadilan dan produktif.

Disebutkan dalam Al-Qur’an surah Surah An-Nisa ayat 58: *"Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya tentang apa yang patut kamu lakukan. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat."*

Menegaskan pentingnya keadilan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam hal memberikan imbalan dan penghargaan kepada individu. Dalam praktiknya, Pegadaian Syariah dapat menerapkan promosi sebagai bagian dari strategi untuk meningkatkan motivasi pegawai dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabah, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menekankan pentingnya integritas, keadilan, dan kejujuran dalam segala aspek bisnis. Dengan memberikan insentif yang sesuai, baik berupa penghargaan finansial maupun pengakuan atas pencapaian, Pegadaian Syariah tidak hanya mendorong kinerja yang lebih baik tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang beretika dan berkeadilan.

Dengan demikian, integrasi teori promosi dalam konteks Pegadaian Syariah tidak hanya mempertimbangkan aspek manajerial dan motivasional, tetapi juga selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan pentingnya

memberikan balasan yang adil dan memberdayakan individu untuk berkontribusi secara maksimal dalam memajukan masyarakat dan ekonomi sesuai dengan ajaran Islam.

Karena itu, sementara promosi dapat menjadi bagian dari strategi pemasaran pegadaian syariah, lembaga-lembaga tersebut perlu memperhatikan bahwa promosi saja tidak cukup untuk memengaruhi keputusan nasabah. Lebih penting bagi mereka untuk fokus pada kebutuhan nasabah dengan baik. Banyak nasabah menggunakan layanan Pegadaian karena kebutuhan mendesak.

Nasabah sering kali memilih Pegadaian yang terdekat dengan lokasi mereka untuk kenyamanan dan kemudahan akses. Hal ini membuat promosi mungkin tidak terlihat atau diabaikan karena fokus utama mereka adalah mendapatkan layanan dengan cepat dan tanpa hambatan. Nasabah mungkin tidak sepenuhnya memahami atau peduli dengan promosi yang ditawarkan oleh Pegadaian. Mereka mungkin lebih memperhatikan persyaratan pinjaman, jaminan, atau biaya daripada promosi yang tersedia. Promosi mungkin tidak cukup menonjol atau tidak disampaikan dengan cara yang menarik bagi nasabah. Ini bisa membuatnya sulit bagi nasabah untuk memperhatikan atau memahami nilai tambah yang ditawarkan oleh promosi tersebut.

Dengan demikian, promosi di Pegadaian Syariah tidak berpengaruh signifikan karena nasabah Pegadaian Syariah Talang Banjar cenderung memprioritaskan kebutuhan mendesak dan kenyamanan lokasi daripada menilai nilai tambah dari promosi. Hal ini menunjukkan pentingnya untuk memahami perilaku dan preferensi nasabah serta menyesuaikan strategi pemasaran dengan baik untuk mencapai efektivitas yang optimal. Mereka mungkin tidak memiliki waktu atau keinginan untuk mencari promosi atau menilai nilai tambah dari promosi tersebut karena situasi yang mendesak