

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH
UNTUK MENABUNG EMAS PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH
CABANG SETIA BUDI MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

**Oleh:
ILHAM SURYANI
NPM: 1401280003**



**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT
NASABAH UNTUK MENABUNG EMAS PADA
PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN**

SKRIPSI


*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

Ilham Suryani
140280003

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pembimbing


Drs. Sugianto, MA

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi, sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : Ilham Suryani
Npm : 1401280003
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan

Medan, 21 - 3 - 2018

Pembimbing Skripsi

Drs. Sugianto, MA

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

Dekan
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI



Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

NAMA MAHASISWA : Ilham Suryani

NPM : 1401280003

PROGRAM STUDI : Manajemen Bisnis Syariah

HARI, TANGGAL : Selasa, 27 Maret 2018

WAKTU : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Sri Sudiarti, MA

PENGUJI II : Ainul Mardhiyah, SP, M.Si

PANITIA PENGUJI

Ketua

Dr. Muhammad Qorib, MA

Sekretaris

Zaitani, S.PdI, MA

Lampiran : Istimewa
Hal : Skripsi a.n Ilham Suryani
Kepada Yth : **Bapak Dekan Fakultas Agama Islam**
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Di –
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

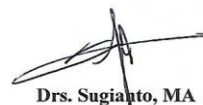
Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh...

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap skripsi mahasiswa **Ilham Suryani** yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan**" maka saya berpendapat bahwa skripsi ini sudah diterima dan diajukan pada sidang munaqasah dan mendapat gelar sarjana strata satu (1) dalam program studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian saya sampaikan atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wasaalamualaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Pembimbing



Drs. Sugianto, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
Dosen Pembimbing : Drs. Sugianto, MA

Nama Mahasiswa : **ILHAM SURYANI**
Npm : **1401280003**
Semester : **VIII**
Program Studi : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07-2-2018	Angket ⇒ Oke		
6-3-2018	BAB IV ⇒ Revisi yang diminta		
15-3-2018	BAB IV ⇒ Revisi yang diminta		
20-3-2018	Bab IV ⇒ revisi dan tambahan penjelasan		
21-3-2018	Bab W, V dan Abstrak oleh Aee		

Medan, 21-3-2018

Pembimbing Skripsi

Drs. Sugianto, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Bisnis & Manajemen Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Isra Hayati, S.Pd, M.Si
 Dosen Pembimbing : Drs. Sugianto, MA

Nama Mahasiswa : **ILHAM SURYANI**
 Npm : **1401280003**
 Semester : **VII**
 Program Studi : **Bisnis & Manajemen Syariah**
 Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11-01-2018	BAB I → Revisi LBM	f	
16-1-2018	Bab I ⇒ LBM revisi	f	
23-1-2018	Bab I ⇒ BLM Babo II ⇒ Revisi	f	
	Babo III ⇒ Revisi yg di-submit	f	
24-1-2018	Aee	f	

Medan, 24-1-2018

Pembimbing Proposal

Drs. Sugianto, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Isra Hayati, S.Pd, M.Si

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ilham Suryani
Jenjang Pendidikan : S1
Npm : 1401280003
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan” merupakan karya saya sendiri, bebas dari peniruan terhadap karya dari orang lain. Kutipan pendapat dan tulisan orang lain ditunjuk sesuai dengan cara-cara penulisan karya ilmiah yang berlaku.

Apa bila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya maka kesalahan dan kekeliruan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikianlah pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21-Maret - 2018

Yang Menyatakan



Ilham Suryani

ABSTRAK

Ilham Suryani, NPM 1401280003, Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah untuk Menabung Emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Skripsi S1 Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan dan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan sebanyak 770 nasabah. Adapun metode sampel yang digunakan adalah metode incidental sampling dengan jumlah responden 77 orang. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Kemudian diolah melalui program computer SPSS versi 22.0. Berdasarkan hasil uji t kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung sesuai dengan hasil uji t sebesar $1.700 > 1.665$ dengan R Square sebesar 0,037 atau 3,7% menunjukkan sekitar 3,7% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh minat menabung. Sementara sisanya sebesar 9,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Minat, Pegadaian.

KATA PENGANTAR

BISMILLAHIRRAHMANIRRAHIM

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh...

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan lancar sebagaimana mestinya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Dalam penulisan penelitian ini penulis banyak mengalami hambatan dan kesulitan, namun berkat usaha dan dukungan-dukungan dari sekeliling, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini walaupun masih jauh dari kata sempurna.

Ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda tercinta H. Darwin dan Ibunda tercinta Hj. Siti Ratnawati yang telah sangat berjasa dalam mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang serta doa yang senantiasa mengiringi.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, M.A selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, M.A dan Bapak Munawir Pasaribu, S.Pd.I, M.A selaku Wakil Dekan I dan Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Isra Hayati, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .

6. Ibu Khairunnisa, SE.I, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Drs. Sugianto, MA selaku Pembimbing I, yang telah memberikan ilmu, pengarahan, masukan serta waktu bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Staf pengajar Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama ini.
9. Karyawan PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan yang telah memberikan informasi dan materinya dalam penelitian ini.
10. Terimakasih kepada abangda & kakanda tersayang Asrul, Asmi, Asril, Yasir, Maulida dan Eka yang telah mendukung dan memotivasi penulis dalam perkuliahan.
11. Rizka Handayani, Kiki Windi Lestari, dan Qiyusina yang selalu memberi dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
12. Rekan-rekan angkatan 2014 Fakultas Agama Islam Program Studi Bisnis dan Manajemen Syariah kelas A-Pagi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, dengan demikian adanya saran dan kritikan yang bersifat membangun diharapkan dari para pembaca sehingga mencapai hasil yang maksimal. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua terutama bagi penulis sendiri, dan kiranya Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Aamiin...

Medan, 2018

Penulis

Ilham Suryani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Minat	5
a. Pengertian Minat	5
b. Faktor-faktor Minat.....	6
c. Karakteristik Minat	9
2. Kualitas Pelayanan	9
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	9
b. Dimensi Kualitas Pelayanan	10
c. Karakteristik Kualitas Pelayanan.....	11
d. Pelayanan Dalam Konsep Islam.....	12
e. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah	17
3. Akad Jual Beli	17
a. Pengertian Jual Beli.....	17
b. Rukun Jual Beli	18
c. Hukum Jual Beli.....	18
d. Syarat Jual Beli	19
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Konseptual	23
D. Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan Penelitian	25
B. Tempat dan Waktu Penelitian	25
C. Jenis dan Sumber data.....	26
D. Populasi dan Sampel	27
E. Definisi Operasional.....	27
F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28

G. Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum PT. Pegadaian (Persero) Syariah.....	36
1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Syariah.....	36
2. Produk-Produk Pegadaian Syariah.....	40
B. Deskripsi Data.....	42
1. Deskripsi Profil Responden.....	42
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	44
3. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
4. Uji Normalitas.....	56
5. Uji Regresi Sederhana.....	58
6. Uji Parsial t Hitung (Uji t).....	59
7. Uji Koefisien Determinan (R^2)	60
C. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP.....	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Konseptual Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung	23
Gambar IV.1	Diagram Uji Normalitas	57
Gambar IV.2	Hasil Uji Normalitas	57

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel III.1	Waktu Penelitian.....	26
Tabel III.2	Indikator Kualitas Pelayanan.....	29
Tabel III.3	Indikator Minat Menabung.....	31
Tabel III.4	Skala Liker.....	32
Tabel IV.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel IV.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel IV.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel IV.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah Sejak Tahun.....	44
Tabel IV.5	Skor Angket Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel IV.6	Skor Angket Variabel Minat Menabung.....	53
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	54
Tabel IV.8	Hasil Uji Validitas Minat Menabung.....	55
Tabel IV.9	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel IV.10	Uji Reliabilitas Minat Menabung.....	56
Tabel IV.11	Hasil Regresi Sederhana.....	58
Tabel IV.12	Hasil Uji t.....	59
Tabel IV.13	Hasil Uji R ²	60

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Emas merupakan salah satu tolak ukur kekayaan seseorang yang memiliki emas, dan harga emas dari tahun ketahun mengalami kenaikan, emas juga dapat digunakan sebagai sarana investasi yang aman. Kesadaran dan antusias masyarakat Indonesia dengan investasi emas belakangan ini patut diperhitungkan, sebab sudah banyak dari masyarakat yang sadar akan pentingnya investasi atau menabung emas. Mayoritas masyarakat memilih investasi emas untuk tujuan mengamankan kekayaan, mempertahankan nilai beli dimasa yang akan datang, mencukupi rencana masa depan dan juga untuk menambah kekayaannya. Investasi logam mulia emas memang selalu menjadi primadona karena karakteristik emas yang kebal akan inflasi dan guncangan ekonomi pada suatu negara. Pada akhir tahun 2013 harga emas adalah Rp 495.000/gram¹ dan pada akhir tahun 2017 harga emas mencapai Rp 634.000/gram² (dari tahun ke tahun harga emas mengalami fluktuasi harga dengan dominan lebih meningkat), hal ini diperkuat oleh penelitian Wicaksono³. Berdasarkan hasil penelitian ini harga emas tidak dipengaruhi oleh inflasi, kurs dollar, dan suku bunga dan harga emas masih bisa bertahan dalam keadaan ekonomi yang tidak menentu saat ini, ditambah lagi tingginya likuiditas emas sehingga mudah dijual kapan saja saat kita memerlukan dana cepat bukan seperti investasi pada barang lain.

Persaingan dalam bisnis perbankan maupun non bank semakin ketat mendorong para pelaku bisnis menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya, dukungan teknologi menjadi pilihan agar penciptaan produk menjadi bermutu

¹ Harga Emas, didapat dari <http://harga-emas.org/history-harga/2013/Desember/31/> (diakses tanggal 17 Desember 2017)

² Harga Emas, didapat dari <http://harga-emas.org/history-harga/2017/Desember/01/> (diakses tanggal 17 Desember 2017)

³ Muhammad Yusuf Wicaksono, Pengaruh Inflasi, Kurs Dollar dan Suku Bunga Terhadap Harga Emas di Indonesia, (*Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 5*).

tinggi, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat terwujud. Penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis semakin tajam dan cenderung berorientasi pada *customer value*.

Nilai bagi nasabah merupakan komunikasi dua arah antara nasabah dengan bank maupun non bank dimana hubungan tercipta setelah nasabah tahu dan memberikan penilaian positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kondisi seperti ini akan menciptakan hubungan atau ikatan emosional antara nasabah dengan bank maupun non bank. Hubungan emosional ini yang disebut dengan loyalitas nasabah agar tumbuh minat menabung di bank maupun non bank yang terkhususnya minat menabung emas di pegadaian.⁴

Nilai pelayanan bagi nasabah sangat penting, mengingat jasa pegadaian merupakan jasa profesional. Meonir berpendapat bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia secara umum dikelompokkan dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara. Dalam rangka mempertahankan hidupnya, manusia sangat memerlukan pelayanan, baik dari diri sendiri maupun melalui karya orang lain.⁵

Pada bulan juli 2015 Pegadaian Syariah telah mengeluarkan produk baru yang diberi nama tabungan emas. Produk tabungan emas ini juga merupakan investasi emas yang pertama kali ada di Pegadaian Syariah bahkan di Indonesia karena produk ini memiliki perbedaan dari produk-produk investasi emas yang dikeluarkan oleh lembaga keuangan syariah lainnya, yakni pada produk tabungan emas ini menggunakan sistem pembelian emas dengan cara menabung. Produk tabungan emas ini tersedia di seluruh outlet pegadaian di Indonesia, salah satunya yaitu Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan menyediakan beberapa produk diantaranya produk *Rahn*,

⁴ Dedy Trisnadi & Ngadino Surip, Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB NIAGA, (*Jurnal MIX, Volume 6*).

⁵ Kutipan Skripsi "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Tahun 2014".

produk Amanah, produk Arrum, produk Mulia, produk Arum Haji, dan Tabungan Emas. Adapun tujuan produk tabungan emas ini sendiri adalah untuk memberi kemudahan kepada masyarakat yang ingin memiliki emas dengan cara menabung dengan sebesar setoran minimal Rp 5.000 disetiap harinya yang tentunya selama jam operasional pegadaian dibuka, hal ini sangat mempermudah nasabah untuk bisa memiliki emas karena nasabah bisa menabung setiap harinya dengan kemampuan finansial yang dimilikinya.

Pada kenyataannya PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan setiap harinya selama jam operasional tidak banyak terjadinya transaksi menabung emas padahal PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan telah memberikan pelayanan sesuai standart operasional. Ini terlihat berdasarkan pengamatan selama penulis magang di PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

Dari pemaparan di atas, penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan menarik untuk dilakukan.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas terlihat bahwa indikasi masalahnya adalah:

1. Masyarakat menengah kebawah yang sulit akan memiliki emas sebagai investasi dimasa yang akan datang.
2. Kurangnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat untuk berinvestasi emas.
3. Sebagai produk yang baru di PT. Pegadaian (Persero) hendaknya karyawan memberikan penjelasan apa itu tabungan emas.
4. Minat nasabah tidak akan muncul apabila tidak adanya pelayanan baik yang diberikan.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak meluas dan terfokus pada permasalahan yang akan dibahas dan mencapai hasil yang diharapkan, maka penulis membuat batasan masalah yakni memfokuskan dan membatasi masalah pada satu variabel bebas,

yaitu kualitas pelayanan dan satu variabel terikat, yaitu minat nasabah menabung emas. Sedangkan lokasi penelitian adalah Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah “apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas di Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan?”

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah untuk menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu ekonomi islam khususnya tentang menabung emas, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis:
 - a. Bagi akademis atau pembaca, penelitian ini dapat dijadikan sebagai wahana bagi penulis sendiri dalam menambah dan memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah untuk menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.
 - b. Bagi Pegadaian Syariah, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan agar kedepannya pegadaian syariah dapat memaksimalkan minat nasabah untuk menabung emas.
 - c. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan bagi pembaca dan dapat menjadi sumber informasi.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah atau keinginan.⁶ Secara etimologi pengertian minat adalah perhatian, kecenderungan hati kepada sesuatu keinginan.⁷ Sedangkan menurut istilah ialah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.⁸

Minat diartikan sebagai kehendak, keinginan atau kesukaan. Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap atau perilaku. Minat pun merupakan kecendrungan afektif seseorang untuk membuat pilihan aktivitas, kondisi-kondisi individu dapat merubah minat seseorang sehingga dapat dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya.⁹

Menurut Schiffam dan Kanuk menyatakan bahwa minat pembelian merupakan suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap produk, jasa atau merek tertentu.¹⁰

Minat adalah sumber motif yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun maka minatnya juga

⁶ Anton M. Moeliono dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1999) hal. 225

⁷ WJS. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hal. 650

⁸ Andi Mappiare, *Psikologi Remaja*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1997), hal. 62

⁹ Sinta Ardhilatul Jannah, *Pengaruh Promosi dan Kaulitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim*, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang), hal. 25

¹⁰ Doni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Binsis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017) , hal. 164

akan menurun. Minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.¹¹

Minat juga dapat diartikan sebagai kecenderungan yang tinggi terhadap sesuatu, tertarik, perhatian, gairah, dan keinginan. Minat juga merupakan kesadaran seseorang bahwa suatu objek, seseorang, suatu soal maupun situasi yang mengandung sangkut paut dengan dirinya.¹²

b. Faktor-faktor Minat

Swastha dan Irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa minat mengandung unsur-unsur kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Minat mengandung unsur kognisi (menenal) artinya bahwa minat selalu didahului dengan pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Setelah seseorang mengenal objek tersebut, maka akan timbul perasaan (emosi) tertentu seperti perasaan senang atau perasaan tertarik pada objek tersebut. Tindak lanjut dari informasi dan perasaan senang atau tertarik dari suatu objek tertentu yaitu adanya konasi (kehendak). Kehendak dari unsur kognisi dan emosi kemudian akan mewujudkan kemauan dan hasrat terhadap objek yang diminati. Kemauan tersebut kemudian direalisasikan, sehingga memiliki wawasan terhadap suatu objek yang diminati.¹³

¹¹ Tampubolon, *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca Pada Anak*, (Bandung: Angkasa, 1991), hal. 4

¹² Sardiman A.M., *Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), hal. 32

¹³ Estri Juwanita, Skripsi: *Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi*

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat yaitu:

1. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu: indra penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, pengalaman orang lain, media massa maupun lingkungan.

2. Pengalaman / Usaha

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu. Dari pengalaman yang telah kita lalui, maka akan timbul ketertarikan terhadap sesuatu. Minat merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi usaha yang dilakukan seseorang. Minat yang kuat akan menimbulkan usaha yang gigih, serius, dan tidak mudah putus asa dalam menghadapi tantangan.¹⁴ Jadi, besar kecilnya minat seseorang dapat dilihat melalui usaha apa yang telah ia lakukan dalam mencapai tujuannya. Untuk mendapatkan pekerjaan pada suatu perusahaan, seseorang harus mampu menunjukkan minat, kemampuan dan pengalamannya. Biasanya perusahaan akan mengambil orang yang lebih berpengalaman, namun bukan tidak mustahil perusahaan akan merekrut orang yang memiliki usaha dan motivasi yang tinggi.¹⁵

3. Informasi

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Informasi merupakan data yang telah diklarifikasikan

¹⁴ Nanik Kristiana, *Pengaruh Game Online Sara's Cooking Class terhadap Minat dan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Jasa Boga pada Mata Pelajaran Pengolahan Makanan Kontinental di SMKN 1 Sewon*, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012), hal. 12

¹⁵ Paramitha Selviana Oktora, *Pintar Mencari dan Mendapatkan Pekerjaan*, (Jakarta: Visimedia, 2008), hal. 14

atau diolah atau diinterpretasi untuk digunakan dalam poses pengambilan keputusan.

Minat dipengaruhi oleh faktor pekerjaan, social ekonom, bakat, umur, jenis kelamin, pengalaman, kepribadian dan lingkungan. Menurut Crow and Crow, ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional yang ketiganya mendorong timbulnya minat.¹⁶

Adapun penjelasan dari faktor-faktor yang menimbulkan minat adalah sebagai berikut:

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional/keinginan. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia keinginan adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Keinginan yang ada pada diri seseorang akan memberikan gambaran dalam aktifitas untuk mencapai suatu tujuan. Keinginan tersebut mendorong seseorang untuk memperoleh subjek khusus, aktifitas, pemahaman, dan keterampilan untuk tujuan perhatian ataupun pencapaian yang diinginkan oleh seseorang tersebut.

Minat juga merupakan fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerik. Dalam menjalankan fungsinya minat berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Manusia memberi corak dan menentukan sesudah memilih dan mengambil keputusan. Perubahan minat memilih dan mengambil keputusan disebut keputusan kata hati.¹⁷

¹⁶ John Killis, Tesis: *Hubungan Minat Kerja, Motivasi Ekstrinsik dan Bimbingan dalam Pelajaran dengan Kecakapan Kerja Teknik Listrik Lulusan STM Pada Industri-industri DIY*, (Jakarta: Fakultas Pasca Sarjana IKIP Jakarta, 1998), hal. 26

¹⁷ Heri P, *Pengantar Perilaku Manusia*, (Jakarta: EGC, 1998)

c. Karakteristik Minat

Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Terbentuknya minat diawali oleh perasaan senang dan sikap positif sebagai berikut:

1. Minat Menimbulkan sikap positif suatu objek.
2. Minat adalah sesuatu yang menyenangkan & timbul dari suatu objek.
3. Minat mengandung unsur penghargaan, mengakibatkan sesuatu yang diinginkan¹⁸

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Edvardsson kualitas adalah bagaimana cara untuk mencari tahu apa yang menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai tersebut. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus mendapat perhatian yang serius dari manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi jasa, terlebih dahulu organisasi tersebut harus mempunyai tujuan yang jelas.¹⁹

Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan

¹⁸ Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal. 180

¹⁹ Fandy Tjipto, *Manajemen Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset, 1996), hal. 51

administrasi yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.²⁰

Untuk melihat pengertian kualitas pelayanan, beberapa para ahli mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Parasuraman, et al, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas), dan kinerja yang akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.
2. Lewis dan Mitchell, kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai perbedaan antara harapan-harapan pelayanan oleh pelanggan dan pelayanan dirasakan. Jika harapan-harapan adalah lebih besar dari kinerja, kemudian mutu yang dirasakan adalah kurang dari memuaskan, sehingga ketidakpuasan pelanggan terjadi.²¹

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut parasuraman, Zeithaml dan Berry menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi lima dimensi. Kelima dimensi tersebut adalah:²² (Zeithaml dalam Gaspersz, 1997:15)

1. Bukti Langsung (*tangible*)

Bukti langsung adalah dimensi yang berkenaan dengan daya tarik yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan kondisi fasilitas penunjang, serta penampilan pegawai.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan adalah dimensi yang berkenaan dengan kemampuan pegawai dalam memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apa pun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati

²⁰ Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*. (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal. 208

²¹ Tjiptono, *Manajemen Jasa*, hal. 70.

²² Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1998. *Serqual: a Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing. Vol.64 No. 1 p. 12-40.

3. Daya Tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap adalah dimensi yang berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para pegawai untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan adalah dimensi yang berkenaan dengan perilaku para pegawai agar mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelayanan dan menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para pegawai selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati adalah dimensi yang berkenaan dengan pemahaman masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.²³

c. Karakteristik Pelayanan

Jasa pelayanan memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dari barang. Keempat karakteristik itu meliputi:²⁴

1. *Intangibility*

Jika bersifat intangible, maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Konsep intangible pada jasa memiliki dua pengertian yaitu:

- a. Sesuatu yang tidak dapat disentuh dan tidak dapat diraba.
- b. Sesuatu yang tidak dapat dengan mudah didefinisikan, diformulasikan atau dipahami secara rohaniah.

²³Purnamie Titisari, *Peranan Organizational Citizenship Behavior (OCB)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), hal. 89-90

²⁴Fandy Tjiptono, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal.

Dengan demikian, orang tidak dapat menilai kualitas jasa sebelum ia merasakannya sendiri. Bila pembeli suatu jasa, ia hanya menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa biasanya dijual terlebih dahulu baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa.

3. *Variability*

Jasa atau pelayanan bersifat sangat variable, karena merupakan non-standardized out-put, yang artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jasa, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa dihasilkan.

4. *Perishability*

Jasa atau pelayanan merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi kereta api kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu. Kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat tergantung kepada individual aktor dan sistem yang dipakai.²⁵

d. Pelayanan Dalam Konsep Islam

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:

²⁵ Miftah Toha, *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995), hal. 18

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّن

الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ

وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢٦٧﴾

267. Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.²⁶

Dimensi reliable (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Ketepatan dan keakuratan ini lah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ

جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

91. dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya,

²⁶ Menteri Agama Republik Indonesia, “(Al-Quran dan Terjemahannya)”, (Semarang: ASY-SYIFA, 1998), hal.35

sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksi (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.²⁷

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas, dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat.

Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, dalam pelaksanaan suatu pekerjaan, seorang dikatakan profesional apabila dirinya bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik secara cepat dan tepat apabila dilakukan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.

Dimensi *assurance* (jaminan) berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, santun, kepercayaan diri dari pemberi layanan, serta respek terhadap konsumen. Apabila pemberi layanan menunjukkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. *Assurance* ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Berkenaan dengan hal ini, tertuang dalam surat An-Nisa ayat 29:

²⁷ Ibid, h. 221

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ

تَكُونَ تِجْرَةً عَنِ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

29. Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²⁸

[287] Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan.

Dimensi *empathy* (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini ditunjukkan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan konsumen, melayani transaksi konsumen dengan senang hati, membantu konsumen ketika dirinya mengalami kesulitan dalam bertransaksi atau hal lainnya berkenaan dengan pelayanan lembaga. Kesiediaan memberikan perhatian dan membantu akan meningkatkan persepsi dan sikap positif konsumen terhadap layanan lembaga. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Dimensi *tangibles* (bukti fisik) dapat berupa fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, sarana prasarana lainnya. Dalam konsep islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun

²⁸ Ibid, hal. 65

bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran Surat At-Takaatsur ayat 1-5:

أَلْهَنُكُمْ التَّكَاثُرَ ﴿١﴾ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ﴿٢﴾ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٣﴾ ثُمَّ

كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٤﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ﴿٥﴾

1. Bermegah-megahan telah melalaikan kamu[1598],
2. sampai kamu masuk ke dalam kubur.
3. janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu),
4. dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui.
5. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.²⁹

[1598] Maksudnya: Bermegah-megahan dalam soal banyak harta, anak, pengikut, kemuliaan, dan seumpamanya telah melalaikan kamu dari ketaatan.

Berdasarkan teori-teori yang telah diungkapkan, maka disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah suatu penilaian konsumen tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan ini diukur dengan lima dimensi, yaitu: 1) *Reliability* (Kehandalan), 2) *Responsiveness* (Daya Tanggap), 3) *Assurance* (Jaminan), 4) *Emphaty* (Empati), 5) *Tangibles* (Bukti Fisik).³⁰

e. Dasar-dasar Pelayanan Nasabah

Seorang pegawai/karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan

²⁹ Ibid, h. 482

³⁰ <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>

nasabah, maka seorang pegawai/karyawan harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap pegawai/karyawan telah dibekali dasar-dasar pelayanan. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti oleh seorang pegawai/karyawan:

1. Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
2. Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyum.
3. Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika kenal.
4. Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
5. Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
6. Bergairah dalam melayani nasabah dan tunjukkan kemampuan.
7. Jangan menyela atau memotong pembicaraan.
8. Mampu meyakini nasabah serta memberi kepuasan.
9. Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
10. Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan dilayani.³¹

3. Akad Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Menurut Hanafiah pengertian jual beli secara definitive yaitu tukar menukar harta benda atau sesuatu yang diinginkan dengan sesuatu yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat. Adapun menurut Mailikyah, Syafi'iyah, dan Hanabilah, bahwa jual beli yaitu tukar-menukar harta dengan harta pula dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikannya.³²

b. Rukun Jual Beli

Rukun Jual Beli ada tiga, yaitu:

1. Pelaku transaksi, yaitu penjual dan pembeli.
2. Objek transaksi, yaitu harga dan barang.

³¹ Kasmir, SE, MM, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Pernerda Media Group, 2004), hal. 183-189

³² Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2012), h. 101

3. Akad (Transaksi) yaitu segala tindakan yang dilakukan kedua belah pihak yang menunjukkan mereka sedang melakukan transaksi, baik tindakan itu berbentuk kata-kata maupun perbuatan.³³

c. Hukum Jual Beli

Jual beli telah disahkan oleh Al-Quran, Sunnah, dan Jima'. Adapun dalil Al-Quran adalah QS. Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

275. orang-orang yang Makan (mengambil) riba[174] tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila[175]. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu[176] (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

³³ Ibid, h. 102

[174] Riba itu ada dua macam: nasiah dan fadhl. Riba nasiah ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba fadhl ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba nasiah yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah.

[175] Maksudnya: orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan.

[176] Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

d. Syarat Jual Beli

Suatu jual beli tidak sah bila tidak terpenuhi dalam suatu akad tujuh syarat, yaitu:

1. Saling rela antara kedua belah pihak.
2. Pelaku akad adalah orang yang dibolehkan melakukan akad, yaitu orang yang telah baligh, berakal, dan mengerti.
3. Harta yang menjadi objek transaksi telah dimiliki sebelumnya oleh kedua pihak.
4. Objek transaksi adalah barang yang dibolehkan agama.
5. Objek transaksi adalah barang biasa diserahterimakan.
6. Objek jual beli diketahui oleh kedua belah pihak saat akad.
7. Harga jual jelas saat transaksi.³⁴

B. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penelitian terdahulu yang relevan dengan judul penelitian penulis yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas.

³⁴ Ibid, h. 104

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Hasil penelitian
1	Jurnal Asih Fitri Cahyani, dkk. (2013)	Pengaruh Persepsi Bunga Bank dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Pada Bank BNI Syariah di Kota Semarang	Persepsi Bunga Bank, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung	Dari hasil penelitian ini persepsi bunga bank berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, kualitas pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dan persepsi bunga bank dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.
2	Jurnal Bari'ah, dkk. (2008)	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Bank dengan Minat Menabung Nasabah PT. BRI Kantor Cabang UNGARAN	Kualitas Pelayanan, Minat Menabung	Dari hasil penelitian ini terdapat pengaruh signifikan antara kualitas layanan dengan minat menabung nasabah PT. BRI Kantor Cabang UNGARAN.
3	Jurnal Dedy Trisnadi (2013)	Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB NIAGA (Studi kasus PT.	Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan, Minat Menabung	Dari hasil penelitian ini kualitas produk tabungan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat

		CIMB NIAGA Tbk Bintaro)		menabung, dan kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh menentukan minat menabung.
4	Skripsi Patra Rusdianti (2016)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Muzakki Pada Lembaga Amil Zakat (LAZ) Dompot Dhuafa	Promosi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Minat Masyarakat	Dari hasil penelitian ini promosi dan religiusitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki, kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki, dan promosi, kualitas pelayanan, religiusitas berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi muzakki.

5	Skripsi Tri Astuti (2013)	Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah (Studi kasus BRI Cabang Sleman)	Persepsi Nasabah, Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Menabung	Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah tentang promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah, persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi, dan kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang signifikan terhadap minata menabung nasabah.
---	---------------------------	--	---	--

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menjadi perbedaan antara penelitian ini adalah pada variabelnya, yaitu minat menabung emas. Penelitian ini juga berbeda objeknya dengan penelitian terdahulu, objeknya yaitu nasabah PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

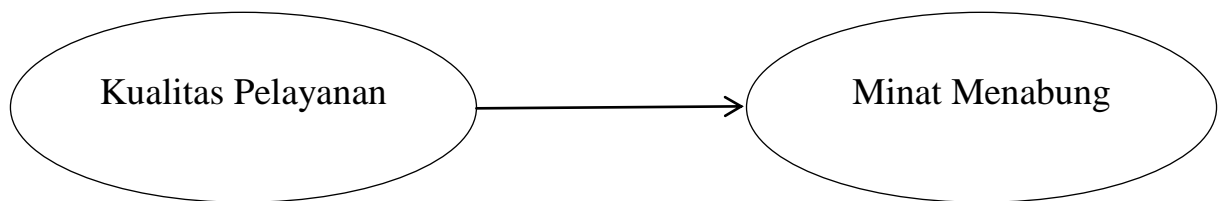
C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan penjelasan ilmiah mengenai preposisi antar konsep/antar konstruk atau pertautan/hubungan antar variabel penelitian. Pertautan atau hubungan antar variabel ini penting dikemukakan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis. Dengan kata lain, hipotesis hanya boleh dikemukakan apabila terdapat penjelasan ilmiah mengenai pertautan atau hubungan antar variabel yang diteliti.

Pertautan atau hubungan antar variabel perlu didukung oleh sumber referensi ilmiah. Sebahagian referensi mengenai pertautan atau hubungan antar variabel terdapat di dalam sumber referensi buku teks, namun pertautan atau

hubungan antar variabel dapat diperkaya dengan merujuk kepada jurnal-jurnal penelitian.³⁵

Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Yang menjadi variabel independen (bebas) pada penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan, dan variabel dependen (terikat) yaitu Minat Menabung. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat menabung.



Gambar II.1 Kerangka berpikir Pengaruh Kualita Pelayanan Terhadap Minat Menabung

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori referensi ilmiah yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.³⁶ Berdasarkan penelitian terdahulu, landasan teori dan kerangka konseptual di atas menunjukkan bahwa:

Ho: Diduga bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menabung pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

³⁵ Azuar Juliandi, Irfan dan Saprial Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi* (Medan: UMSU PRESS, 2015), hal.109

³⁶Ibid, hal.111.

Ha: Diduga bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat menabung pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan metode penelitian ini memakai metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sementara itu penelitian kuantitatif tidak dilakukan secara mendalam, umumnya menyelidiki permukaan saja, dengan demikian memerlukan waktu yang relatif lebih singkat dibanding dengan penelitian kualitatif.³⁷

Sudut pandang jenis analisis data ini adalah menganalisis data berdasarkan jenis permasalahan penelitian yakni deskriptif dan asosiatif dengan menggunakan SPSS yang hanya mampu mengelola data yang bersifat kuantitatif. Bagian ini membicarakan tentang pengolahan data statistik yang berguna untuk pengambilan keputusan terutama dalam bidang penelitian

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan dan waktu penelitian yang direncanakan pada bulan November-Maret 2018.

³⁷ Azuar Juliandi, Irfan dan Saprial Manurung, *Metode Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*, (Medan: Umsu Press, 2015), hal. 12

Tabel III.1 Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																							
		November 2017				Desember 2017				Januari 2018				Februari 2018				Maret 2018				April 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Penyusunan Proposal																								
3	Bimbingan Proposal																								
4	Seminar Proposal																								
5	Pengumpulan Data																								
6	Bimbingan Skripsi																								
7	Sidang Skripsi																								

C. Jenis dan Sumber Data

Sumber data secara keseluruhan diperoleh dari dalam institusi yang menjadi tempat penelitian. Data yang bersifat kuantitatif diperoleh dari kuesioner, wawancara, dokumentasi dan pengamatan secara langsung. Data yang diambil berdasarkan hasil dari kuesioner dan pengamatan secara langsung.

Berdasarkan sumbernya, data penelitian ini dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, penelitian harus mengumpulkannya secara langsung dari tempat penelitian. Teknik yang dapat digunakan penelitian ini mengumpulkan data primer dengan kuesioner dan pengamatan secara langsung.

2. Data Skunder

Data yang diperoleh atau dikumpulkan penelitian dari buku-buku, karya ilmiah seperti junal-jurnal.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, yaitu berkaitan dengan sekelompok orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu dan anggota populasi tersebut disebut dengan elemen populasi.³⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah pengguna tabungan emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³⁹ Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *incidental sampling*. Teknik *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai narasumber. Pendapat Gay dan Diehl ini mengasumsikan bahwa semakin banyak sampel yang diambil maka akan semakin representative dan hasilnya dapat digeneralisir. Namun ukuran sampel yang diterima akan sangat bergantung pada jenis penelitiannya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan ukuran sampel minimumnya adalah 10% dari populasi.

E. Defenisi Operasional

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diberikan oleh PT

³⁸ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hal. 133

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016) hal. 80

Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan kepada nasabah tabungan emas.

2. Minat Menabung

Minat adalah sumber motif yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Minat menabung dalam penelitian adalah minat nasabah PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan untuk menabung emas.

F. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah kegiatan yang meliputi mencari secara literatur, melokalisasi, dan menganalisis dokumen yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti. Dokumen bisa berupa teori-teori dan bisa pula hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai permasalahan yang akan diteliti.⁴⁰

2. Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi pertanyaan atau pernyataan kepada responden.

⁴⁰Etta Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010), h. 170.

a. Variabel Bebas (Kualitas Pelayanan)

Tabel III.2 Indikator Kualitas Pelayanan

NO	Indikator	Pernyataan
1	Bukti Langsung (<i>Tangible</i>)	1) Petugas selalu melayani saya dengan ramah dan sopan. 2) Dalam memperoleh transaksi yang saya lakukan, petugas selalu berkomunikasi dengan baik kepada saya. 3) Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman. 4) Ruang tunggu yang bersih dan sejuk.
2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1) Karyawan pegadaian memberikan pelayan yang sama dan adil pada setiap nasabah. 2) Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah. 3) Keakuratan karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya. 4) Karyawan pegadaian bersungguh-sungguh untuk membantu memecahkan masalah nasabah.
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1) Karyawan pegadaian memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan. 2) Karyawan selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan pegadaian kepada

		<p>nasabah.</p> <p>3) Karyawan cepat dalam menanggapi masalah pada keluhan nasabah.</p> <p>4) Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada nasabah.</p>
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	<p>1) Saya merasa aman dan nyaman dalam transaksi.</p> <p>2) PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.</p> <p>3) Kejujuran karyawan administrasi pegadaian.</p> <p>4) Pengetahuan karyawan tentang produk pegadaian.</p>
5	Empati (<i>Empathy</i>)	<p>1) Dalam melayani nasabah, karyawan selalu menyebutkan nama nasabah.</p> <p>2) Karyawan pegadaian menjaga hubungan baik kepada nasabah.</p> <p>3) Karyawan pegadaian bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.</p> <p>4) Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan.</p>

b. Variabel Terikat (Minat Menabung)

Tabel III.3 Indikator Minat Menabung

NO	Indikator	Pernyataan
1	Minat menimbulkan sikap positif suatu objek	1) Sarana yang menarik perhatian nasabah untuk menabung. 2) Kejelasan informasi tabungan mendorong saya untuk menabung. 3) Perasaan nyaman karena dikelola dengan sistem syariah. 4) Saya merasa puas menggunakan produk tabungan emas. 5) Pelayanan yang baik mendorong saya untuk menabung.
2	Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek	1) Produk halal dan tidak menggunakan unsur riba. 2) Lokasi yang strategis mudah dijangkau nasabah. 3) Produk yang ditawarkan memberikan kemudahan bagi nasabah. 4) Saya sebagai nasabah dilayani dengan baik. 5) Saya menyarankan keluarga dan teman untuk menabung emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.
3	Minat mengandung unsur penghargaan	1) Saya tertarik menabung di pegadaian karena menerapkan sistem syariah.

	<p>2) Saya nyaman karena PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan tidak menerapkan bunga.</p> <p>3) Saya senang dengan sikap ramah dan sopan karyawan dalam melayani nasabah.</p> <p>4) Fasilitas penunjang yang disediakan cukup memadai.</p> <p>5) Produk yang ditawarkan cukup menguntungkan.</p>
--	---

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan skala Likert 5 poin yaitu sebagai berikut:

Tabel III.4 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Berikut ini merupakan tahapan dalam menganalisis data penelitian yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas item atau butir akan digunakan Uji Korelasi *Pearson Product Moment*. Dalam uji ini, setiap item akan diuji realisasinya dengan skor total variabel tersebut. Rumus yang digunakan untuk uji yaitu :

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

Keterangan:

rx_y : koefisien korelasi *Product Moment*

X : nilai dari item (pertanyaan)

Y : nilai dari total item

N : banyaknya responden atau sample penelitian⁶⁰.

Kriteria penilaian uji validitas, adalah: Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid dan apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner adalah dengan menggunakan rumus *Koefisien Cronbach Alpha*, yaitu :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Nilai reliabilitas

$\sum S_i$: Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t : Varians total

k : Jumlah item

Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item atau pertanyaan pada penelitian ini akan menggunakan rumus *Koefisien Cronbach Alpha*. Nilai

Cronbach Alpha pada penelitian ini akan digunakan nilai 0.6 dengan asumsi bahwa daftar pertanyaan yang diuji akan dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha ≥ 0.6 .⁴¹

3. Uji Normalitas

Pengujian normalisasi data menggunakan program IMB SPSS statistik 20 yang dapat dilihat dari grafik normal *probability plot* (normal p-p plot) jika titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah diagonalnya, maka data tersebut terdistribusi dengan normal, dan begitu juga sebaliknya.

4. Uji Regresi sederhana

Analisis regresi pada penelitian ini menggunakan bantuan program IMB SPSS statistik 20. Persamaan regresi yang dibentuk adalah sebagai berikut :

$$MM = a + bKP + \epsilon$$

Keterangan:

MM :Minat menabung

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : koefisien regresi

KP : Kualitas pelayanan

ϵ : *error term*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan artinya berarti atau berpengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

⁴¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Edisi 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), h. 140

5. Uji Parsial t hitung (uji t)

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t ini dilakukan dengan ketentuan :

- a. Bila $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 diterima dan ditolak H_a yang artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh variabel dependen.
- b. Bila $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian ini juga dapat menggunakan pengamatan nilai signifikan t pada tingkat α sebesar 5 %. Analisis ini didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikan 0,05 dengan ketentuan :

- a. Jika signifikan $t < 0,05$ maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikan $t > 0,05$ maka H_0 diterima berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

6. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai determinasi antar 0 dan 1. Nilai *adjusted* R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas, begitu sebaliknya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian (Persero) Syariah

1. Sejarah PT. Pegadaian (Persero) Syariah

Sejarah pegadaian dimulai pada saat Pemerintahan Penjajahan Belanda (VOC) mendirikan *Bank Van Leening* yaitu lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem 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 (*licentie 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 *licentie stelsel* diganti menjadi *patch stelsel* yaitu pendirian pegadaian diberikan kepada umum yang mampu membayarkan pajak yang tinggi kepada pemerintah.⁴²

Pada saat Belanda berkuasa kembali, pola atau *metode patch 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 *culture stelsel* dimana dalam kajian tentang pegadaian, saran yang dikemukakan adalah sebaiknya kegiatan pegadaian ditangani sendiri oleh pemerintah agar 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

⁴² <http://www.Pegadaian.co.id>

Pegadaian Negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat), selanjutnya setiap tanggal 1 April diperingati sebagai hari ulang tahun Pegadaian.⁴³

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 Eigeikyuku*', Pimpinan Jawatan Pegadaian dipegang oleh orang Jepang yang bernama Ohno-San dengan wakilnya orang pribumi yang bernama M. Saubari.⁴⁴

Pada masa awal pemerintahan Republik Indonesia, Kantor Jawatan Pegadaian sempat pindah ke Karang Anyar (Kebumen) karena situasi perang yang kian terus memanas. Agresi militer Belanda yang kedua memaksa Kantor Jawatan Pegadaian di pindah 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 Pegadaian sudah beberapa kali merubah status, yaitu sebagai Perusahaan Negara (PN) sejak 1 Januari 1961, kemudian berdasarkan PP.No.7/1969 menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN), selanjutnya berdasarkan PP.No.10/1990 (yang diperbaharui dengan PP.No.103/2000) berubah lagi menjadi Perusahaan Umum (PERUM) hingga sekarang.⁴⁵

Kini usia Pegadaian telah lebih dari seratus tahun, manfaat semakin dirasakan oleh masyarakat, meskipun perusahaan membawa misi *Public service obligation*, ternyata perusahaan masih mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bentuk pajak dan bagi keuntungan kepada Pemerintah, disaat mayoritas lembaga keuangan lainnya berada dalam situasi yang tidak menguntungkan.⁴⁶

⁴³ Ibid

⁴⁴ Ibid

⁴⁵ Ibid

⁴⁶ Ibid

Lahirnya Pegadaian Syariah, terbitnya PP/10 tanggal 1 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan Pegadaian, satu hal yang 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 sampai sekarang, banyak pihak berpendapat bahwa operasionalisasi Pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 tentang Bunga Bank, setelah sesuai dengan konsep syariah meskipun harus diakui belakangan bahwa terdapat beberapa aspek yang menepis anggapan itu. Berkat Rahmat Allah SWT dan setelah melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah. 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/ Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) sebagai satu unit organisasi di bawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. ULGS ini merupakan unit bisnis mandiri yang secara struktural 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. Menyusul kemudian pendirian ULGS di Surabaya, Makassar, Semarang, Surakarta, dan Yogyakarta di tahun yang sama hingga September 2003. Masih di tahun yang sama pula, 4 Kantor Cabang Pegadaian di Aceh dikonversi menjadi Pegadaian Syariah.⁴⁷

Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan atau bagi hasil. Payung hukum gadai syariah dalam hal pemenuhan prinsip-prinsip syariah berpegang pada Fatwa DSN-MUI No. 25/DSN-MUI/III/2002 tanggal 26

⁴⁷ Ibid

Juni 2002 tentang *rahn* yang menyatakan bahwa pinjaman dengan menggadaikan barang sebagai jaminan utang dalam bentuk *rahn* diperbolehkan, dan Fatwa DSN-MUI No. 26/DSN-MUI/III/2002 tentang gadai emas. Sedangkan dalam aspek kelembagaan tetap menginduk kepada Peraturan Pemerintah No. 10 tahun 1990 tanggal 10 April 1990.⁴⁸

Tujuan Pendirian PT. Pegadaian Syariah adalah:

Sebagai lembaga keuangan syariah non bank milik pemerintah bertujuan untuk menyediakan tempat badan usaha bagi orang-orang yang menginginkan prinsip-prinsip syariah bagi masyarakat muslim khususnya dan pada semua lapisan masyarakat non muslim pada umumnya. Disamping itu untuk memenuhi kebutuhan umat akan jasa gadai yang sesuai syariah islam.⁴⁹

Visi dan Misi PT. Pegadaian Syariah adalah:

1. VISI:

Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalau menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

2. MISI:

- a. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- b. Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- c. Membantu Pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.⁵⁰

⁴⁸ Ibid

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Ibid

2. Produk-Produk Pegadaian Syariah

Berikut produk-produk Pegadaian Syariah:

1. Pembiayaan:

a. Gadai Syariah

Pembiayaan rahn dari pegadaian syariah adalah solusi tepat kebutuhan dana cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dana cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik, atau kendaraan bermotor.

b. Amanah

Pembiayaan Amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan syariah berprinsip syariah kepada pegawai negeri sipil dan karyawan swasta untuk memiliki motor atau mobil dengan cara angsuran.

c. Arrum

Pembiayaan Arrum pada Pegadaian Syariah memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan BPKB dan Emas. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.

2. Jual Beli:

a. Mulia

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

b. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Layanan ini memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

3. Aneka Jasa:

a. Kucica (Kiriman Uang Cara Instant Cepat dan Aman)

Pegadaian Remittance adalah layanan pengiriman dan menerima uang dari dalam dan luar negeri dengan biaya kompetitif, bekerjasama dengan beberapa remiten berskala nasional dan internasional seperti Western Union, Telkom Delima, BNI Smart Remittance dan Mandiri Remittance. Pegadaian Remittance merupakan solusi terpercaya untuk kirim dan terima uang kapan pun dan dimanapun secara instan, cepat dan aman.

b. MPO (Multi Pembayaran Online)

Multi pembayaran online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telepon/ pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan MPO merupakan solusi pembayaran cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam transaksi tanpa harus memiliki rekening di Bank.

4. Jasa Taksiran

Layanan kepada masyarakat yang ingin mengetahui karatase dan kualitas harga perhiasan emas, berlian dan batu permata, baik untuk keperluan investasi ataupun keperluan bisnis dengan biaya yang relative terjangkau. Layanan jasa taksiran ini memudahkan masyarakat mengetahui tentang karatase dan kualitas suatu barang berharga miliknya, sehingga tidak mengalami kebimbangan atas nilai pasti perhiasan yang dimilikinya.

5. Jasa Titipan

Layanan kepada masyarakat yang ingin menitipkan barang berharga seperti perhiasan emas, berlian, surat berharga maupun kendaraan bermotor. Layanan ini dikalangan perbankan dikenal dengan *Save Deposit Box* (SDB). Jika mendapat kesulitan dalam mengamankan barang berharga dirumah sendiri saat akan keluar kota ataupun luar negeri, melaksanakan ibadah haji, sekolah

diluar negeri, dan kepentingan lainnya. Percayakan barang berharga milik anda dititipkan di Pegadaian karena keamanan menjadi prioritas kami.⁵¹

B. Deskripsi Data

1. Deskripsi Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan, dengan jumlah sampel 77 orang. Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan menjadi nasabah sejak tahun.

a. Berdasarkan Usia

Dalam penelitian 77 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel IV.1 berikut ini:

Tabel IV.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Kurang dari 24 Tahun	11	14.3	14.3	14.3
25-34 Tahun	22	28.6	28.6	42.9
35-44 Tahun	30	39.0	39.0	81.8
45-54 Tahun	6	7.8	7.8	89.6
Lebih dari 50 Tahun	8	10.4	10.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 orang (14,3%) responden yang berusia kurang dari 24 tahun, sebanyak 22 orang (28,6%) responden yang berusia 25-34 tahun, sebanyak 30 orang (39%) responden yang berusia 35-44 tahun, sebanyak 6 orang (7,8%) responden yang berusia 45-54 tahun, dan sebanyak 8 orang (10,4%) responden yang berusia lebih dari 50 tahun.

⁵¹ Ibid

Hal ini menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berusia 35-44 tahun.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian 77 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel IV.2 berikut ini:

Tabel IV.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	36	46.8	46.8	46.8
Perempuan	41	53.2	53.2	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 36 orang (46,8%) berjenis kelamin laki-laki, dan sebanyak 41 (53,2%) berjenis kelamin perempuan.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Dalam penelitian 77 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel IV.3 berikut ini:

Tabel IV.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pegawai Pemerintah	3	3.9	3.9	3.9
Pegawai Swasta	4	5.2	5.2	9.1
Wiraswasta	32	41.6	41.6	50.6
Dan lain-lain	38	49.4	49.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 3 orang (3,9%) sebagai pegawai pemerintah, sebanyak 4 orang (5,2%) sebagai pegawai swasta, sebanyak 32 orang (41,6%) sebagai wiraswasta, dan sebanyak 38 orang (49,4%) sebagai dan lain-lain.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai dan lain-lain.

d. Berdasarkan Menjadi Nasabah Sejak Tahun

Dalam penelitian 77 orang responden dengan klasifikasi berdasarkan menjadi nasabah sejak tahun dapat ditunjukkan pada tabel IV.4 berikut ini:

Tabel IV.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah Sejak Tahun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2017	61	79.2	79.2	79.2
2018	16	20.8	20.8	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 61 orang (79,2%) menjadi nasabah sejak tahun 2017, dan sebanyak 16 orang (20,8%) menjadi nasabah sejak tahun 2018.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang menjadi nasabah sejak tahun 2017.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu kualitas pelayanan dan Minat Menabung. Deskripsi data untuk kualitas pelayanan ada sejumlah 20 pernyataan dan minat menabung ada 15 pernyataan. Setiap

pernyataan akan menampilkan opsi jawaban dengan menggunakan skala liker 5 point. Berikut ini penulis sajikan tabel hasil angket yang telah disebarakan yaitu:

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Pernyataan-pernyataan untuk variable kualitas pelayanan demikian juga dijelaskan hasil jawaban responden pada tabel IV.5 sebagai berikut:

- 1) Petugas selalu melayani saya dengan ramah dan sopan. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 2) Dalam memproses transaksi yang saya lakukan, petugas selalu berkomunikasi dengan baik kepada saya. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 orang atau 9,1%, kurang setuju sebanyak 17 orang atau 22,1%, setuju sebanyak 53 orang atau 68,8%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 3) Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang atau 11,7%, sangat setuju sebanyak 22 orang atau 28,6%, setuju sebanyak 46 orang atau 59,7%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 4) Ruang tunggu yang bersih dan sejuk. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang atau 11,7%, sangat setuju sebanyak 22 orang atau 28,6%, setuju sebanyak 46 orang atau 59,7%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 5) Karyawan pegadaian memberi pelayanan yang sama dan adil pada setiap nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

- 6) Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 22 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 7) Keakuratan karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 15 orang atau 19,5%, sangat setuju sebanyak 26 orang atau 33,8%, setuju sebanyak 35 orang atau 48,5%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 8) Karyawan pegadaian bersungguh-sungguh untuk membantu memecahkan masalah nasabah. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 orang atau 14,3%, sangat setuju sebanyak 27 orang atau 35,1%, setuju sebanyak 39 orang atau 50,6%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 9) Karyawan pegadaian memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan. Respon yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 10) Karyawan selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan pegadaian kepada nasabah. Respon yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 11) Karyawan cepat dalam menanggapi masalah pada keluhan nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

- 12) Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang atau 7,8%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, sangat setuju sebanyak 20 orang atau 26%, setuju sebanyak 35 orang atau 45,4%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 13) Saya merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang 11,7%, sangat setuju sebanyak 22 orang atau 28,6%, setuju sebanyak 46 orang atau 59,7%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 14) PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju dan sangat setuju masing-masing sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 44 orang atau 57,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 15) Kejujuran karyawan tentang produk pegadaian. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 16) Pengetahuan karyawan tentang produk pegadaian. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.
- 17) Dalam melayani nasabah, karyawan selalu menyebut nama nasabah. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang atau 11,7%, sangat setuju sebanyak 22 orang atau 28,6%, setuju sebanyak 46 orang atau 59,7%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.
- 18) Karyawan pegadaian menjaga hubungan baik kepada nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju

sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

19) Karyawan pegadaian bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

20) Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, kurang setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak 23 orang atau 29,9%, sangat setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju.

Jawaban responden terkait dengan variabel kualitas pelayanan sapat lihat pada Tabel IV.5

Berdasarkan tabel IV.5 dapat disimpulkan bahwa dari setiap pernyataan variabel kualitas pelayanan, responden lebih banyak memilih setuju dengan nilai x sebesar 32,15% atau 41,91% dan yang terendah memilih tidak setuju dengan nilai x sebesar 0,95 atau 1,235%.

Tabel IV.5 Skor Angket Variabel Kualitas Pelayanan

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%	N	%	n	%	n	100%
1	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
2	7	9,1	53	68,8	17	22,1	-	-	-	-	77	100
3	22	28,6	46	59,7	9	11,7	-	-	-	-	77	100
4	22	28,6	46	59,7	9	11,7	-	-	-	-	77	100
5	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
6	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
7	26	33,8	35	48,5	15	19,5	1	1,3	-	-	77	100
8	27	35,1	39	50,6	11	14,3	-	-	-	-	77	100
9	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
10	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
11	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
12	20	26	35	45,5	16	20,8	6	7,8	-	-	77	100
13	22	28,6	46	59,7	9	11,7	-	-	-	-	77	100
14	16	20,8	44	57,1	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
15	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
16	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
17	22	28,6	46	59,7	9	11,7	-	-	-	-	77	100
18	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
19	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
20	37	48,1	23	29,9	16	20,8	1	1,3	-	-	77	100
Rata-rata	29,55	38,415	32,15	32,15	14,35	18,655	0,95	1,235	0,05	0,065	1.540	100

b. Variabel Minat Menabung

Pernyataan-pernyataan untuk variabel minat menabung demikian juga dijelaskan hasil jawaban responden pada tabel IV.6 sebagai berikut:

- 1) Sarana yang menarik perhatian nasabah untuk menabung. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 16 orang atau 20,8%, setuju sebanyak

61 orang atau 79,2%, dan tidak ada yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.

- 2) Kejelasan informasi tabungan mendorong saya untuk menabung. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 orang atau 46,8%, setuju sebanyak 41 orang atau 53,2% dan tidak ada yang menyatakan kurang setuju, tidak setuju, maupun sangat tidak setuju.
- 3) Perasaan nyaman Karena dikelola dengan sistem syariah. Responden yang menyatakan kurang setuju 2 orang atau 2,6%, setuju sebanyak 18 orang atau 23,4%, sangat setuju sebanyak 57 orang atau 74%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 4) Saya merasa puas menggunakan produk tabungan emas. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 orang atau 2,6%, setuju sebanyak 18 orang atau 23,4%, sangat setuju sebanyak 57 orang atau 74%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 5) Pelayanan yang baik mendorong saya untuk menabung. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 orang atau 3,9%, setuju sebanyak 27 orang atau 35,1%, sangat setuju sebanyak 47 orang atau 61%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 6) Produk halal dan tidak menggunakan unsur riba. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 1 orang atau 1,3 %, setuju sebanyak 19 orang atau 24,7%, sangat setuju sebanyak 57 orang atau 74%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 7) Lokasi yang strategis mudah dijangkau nasabah. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, setuju dan sangat setuju masing-masing sebanyak 38 orang atau 49,4%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 8) Produk yang ditawarkan memberikan kemudahan bagi nasabah. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 26 orang atau 33,8%, sangat setuju sebanyak 51 orang atau 66,2%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

- 9) Saya sebagai nasabah dilayani dengan baik. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 22 orang atau 42,9%, sangat setuju sebanyak 44 orang atau 57,1%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 10) Saya menyarankan keluarga dan teman untuk menabung emas di PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 7,8%, sangat setuju sebanyak 34 orang atau 44,2%, setuju sebanyak 37 orang atau 48,1%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 11) Saya tertarik menabung di pegadaian karena menerapkan sistem syariah. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 36 orang atau 46,8%, sangat setuju sebanyak 41 orang atau 53,2%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 12) Saya nyaman karena PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan tidak menerapkan bunga. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 27 orang atau 35,1%, sangat setuju sebanyak 50 orang atau 64,9%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 13) Saya senang dengan sikap ramah dan sopan karyawan dalam melayani nasabah. Responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 1 orang atau 1,3%, setuju sebanyak 36 orang atau 46,8%, sangat setuju sebanyak 40 orang atau 51,9%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 14) Fasilitas penunjang yang disediakan cukup memadai. Responden yang menyatakan setuju sebanyak 28 orang atau 34,4%, sangat setuju sebanyak 49 orang atau 63,6%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.
- 15) Produk yang ditawarkan cukup menguntungkan. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang atau 45,5%, setuju sebanyak 42 orang atau 54,5%, dan tidak ada yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju.

Jawaban responden yang terkait dengan variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel IV.6.

Berdasarkan tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa dari setiap pernyataan variabel minat menabung, responden lebih banyak memilih sangat setuju dengan nilai rata-rata n sebesar 43,46 atau 56,47% dan yang terendah memilih kurang setuju dengan nilai rata-rata n sebesar 1,066 atau 1,386%.

Tabel IV.6 Skor Angket Variabel Minat Menabung

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	100%
1	16	20,8	61	79,2	-	-	-	-	-	-	77	100
2	36	46,8	41	53,2	-	-	-	-	-	-	77	100
3	57	74	18	23,4	2	2,6	-	-	-	-	77	100
4	57	74	18	23,4	2	2,6	-	-	-	-	77	100
5	47	61	27	35,1	3	3,9	-	-	-	-	77	100
6	57	74	19	24,7	1	1,3	-	-	-	-	77	100
7	38	49,4	38	49,4	1	1,3	-	-	-	-	77	100
8	51	66,2	26	33,8	-	-	-	-	-	-	77	100
9	44	57,1	33	42,9	-	-	-	-	-	-	77	100
10	34	44,2	37	48,1	6	7,8	-	-	-	-	77	100
11	41	53,2	36	46,8	-	-	-	-	-	-	77	100
12	50	64,9	27	35,1	-	-	-	-	-	-	77	100
13	40	51,9	36	46,8	1	1,3	-	-	-	-	77	100
14	49	63,6	28	36,4	-	-	-	-	-	-	77	100
15	45	45,5	42	54,5	-	-	-	-	-	-	77	100
Rata-rata	43,46	56,47	32,46	42,18	1,066	1,386	-	-	-	-	1.155	100

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan yang diajukan kepada responden adalah valid. Pengujian validitas dilakukan dengan mencari korelasi dari setiap indikator terhadap skor totalnya. Dasar pengambilan keputusan uji validitas adalah dengan membandingkan probabilitas yang dihitung kurang dari 0,05 maka item pernyataan valid. Demikian pula sebaliknya, jika probabilitas yang dihitung lebih dari 0,05 maka item tidak valid.

Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0,981	0.000<0.05	Valid
2	0,618	0.000<0.05	Valid
3	0,693	0.000<0.05	Valid
4	0,693	0.000<0.05	Valid
5	0,981	0.000<0.05	Valid
6	0,981	0.000<0.05	Valid
7	0,393	0.000<0.05	Valid
8	0,402	0.000<0.05	Valid
9	0,981	0.007<0.05	Valid
10	0,981	0.048<0.05	Valid
11	0,981	0.017<0.05	Valid
12	0,523	0.000<0.05	Valid
13	0,693	0.000<0.05	Valid
14	0,539	0.000<0.05	Valid
15	0,981	0.000<0.05	Valid
16	0,981	0.000<0.05	Valid
17	0,693	0.000<0.05	Valid
18	0,981	0.000<0.05	Valid
19	0,981	0.007<0.05	Valid
20	0,981	0.000<0.05	Valid

Berdasarkan table IV.7 di atas, hasil pengolahan data variabel kualitas pelayanan menggunakan bantuan SPSS, menunjukkan bahwa nilai korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{table} artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

Tabel IV.8 Uji Validitas Minat Menabung

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0,352	0.002<0.05	Valid
2	0,481	0.000<0.05	Valid
3	0,427	0.000<0.05	Valid
4	0,427	0.000<0.05	Valid
5	0,588	0.000<0.05	Valid
6	0,367	0.000<0.05	Valid
7	0,299	0.008<0.05	Valid
8	0,240	0.035<0.05	Valid
9	0,311	0.006<0.05	Valid
10	0,347	0.002<0.05	Valid
11	0,553	0.000<0.05	Valid
12	0,386	0.000<0.05	Valid
13	0,248	0.029<0.05	Valid
14	0,539	0.000<0.05	Valid
15	0,723	0.000<0.05	Valid

Berdasarkan table IV.8 di atas, hasil pengolahan data variabel minat menabung menggunakan bantuan SPSS, menunjukkan bahwa nilai korelasi memiliki nilai lebih besar dari r_{table} artinya seluruh pernyataan tersebut bersifat valid. Seluruh pernyataan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	20

Berdasarkan tabel IV.9 terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) di atas adalah $0.972 > 0.6$, maka kesimpulannya daftar pertanyaan yang diuji dikatakan reliabil

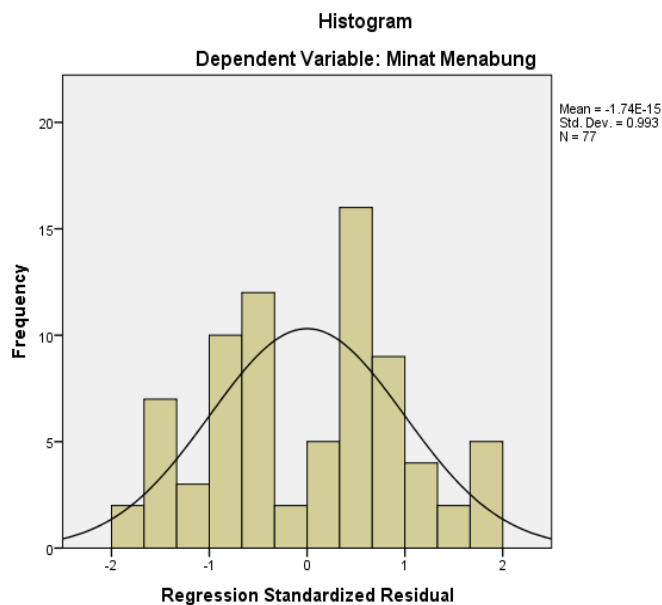
Tabel IV.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menabung

Cronbach's Alpha	N of Items
.663	15

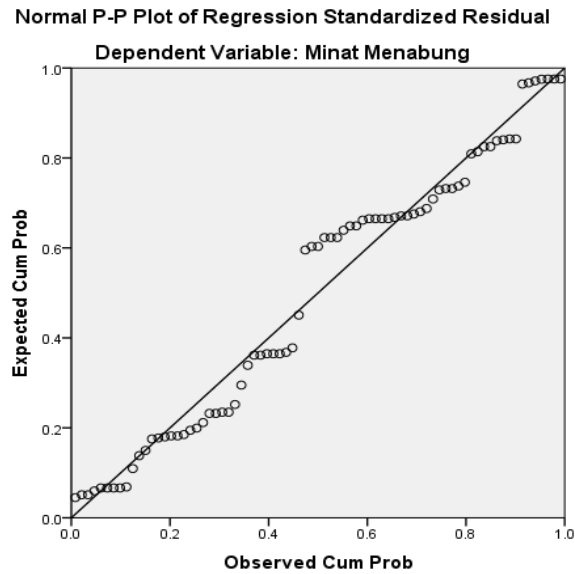
Berdasarkan tabel IV.10 terlihat bahwa nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) di atas adalah $0.663 > 0.6$, maka kesimpulannya daftar pertanyaan yang diuji dikatakan reliabil.

4. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah didalam model regresi variabel dependen dengan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar IV.1 Diagram Uji Normalitas



Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar disekitaran garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

5. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$MM = a + bKP + \varepsilon$$

Keterangan:

MM :Minat menabung

a : Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b : koefisien regresi

KP : Kualitas pelayanan

ε : *error term*

Hasil pengolahan data dengan SPSS tentang pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel minat menabung dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
	(Constant)	64.126	2.458		
	Kualitas Pelayanan	.050	.029	.193	
				26.085	.000
				1.700	.418

Dependent Variabel: Minat Menabung

Maka model persamaan regresinya adalah:

$$MM = 64,126 + 0,050KP + \varepsilon$$

- a) Konstanta bernilai 64,126 artinya jika variabel penelitian kualitas pelayanan diabaikan (*ceteris paribus*), maka minat menabung meningkat sebesar 6.412,6 poin.
- b) Koefisien Regresi sebesar 0,050 memberikan arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan bernilai 1 poin, maka minat menabung akan meningkat sebesar 0,50 poin.

6. Uji Parsial t hitung (uji t)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $< 0,50$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan begitu juga sebaliknya. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau tingkat signifikan $> 0,50$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel IV.12 Hasil Uji Hitung t

=Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	64.126	2.458		26.085	.000
Kualitas Pelayanan	.050	.029	.193	1.700	.093

Dependent Variabel: Minat Menabung

Terlihat bahwa t_{hitung} koefisien kualitas pelayanan adalah 1.700 sedangkan t_{tabel} bias dihitung pada t-test, dengan $\alpha=0,05$ dan $n-k$ dimana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel, $77 - 2 = 75$ maka t_{tabel} adalah 1,665. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $p-value$ $0,093 > 0,05$ artinya tidak signifikan, sedangkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,700 > 1,665$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung.

7. Uji koefisien determinasi (R^2)

Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel IV.13 Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.193 ^a	.037	.024	3.15397	.037	2.889

Nilai R Square diatas diketahui 0,037 atau 3,7% menunjukkan sekitar 3,7% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh minat menabung.

Sementara sisanya sebesar 96,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Hasil pengujian terlihat bahwa variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Lebih rinci hasil analisis dari pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kualitas pelayanan (X) terhadap minat menabung (Y), hal ini dapat dilihat dari nilai t $1.700 > 1.665$ dengan sig $0,093 > 0,05$ menunjukkan H_a diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung. Nilai regresi yang didapat adalah sebesar 0,050 memberikan arti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

Hasil penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap minat menabung diterima dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bari'ah, dkk. (2008) yaitu terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan minat menabung dimana t hitung 0,846 dan tingkat signifikan sebesar 0,000.

Dijelaskan juga pada bab 2 minat adalah sumber motif yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin dilakukan ketika bebas memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka akan menjadi berminat, kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Dari deskripsi data pada tabel IV.6 terlihat mayoritas responden sangat setuju dengan nilai rata-rata n sebesar 43,46 atau 56,47%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa minat menabung pada PT. Pegadaia Syariah Cabang Setia Budi Medan memuaskan.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat nasabah untuk menabung emas. Dengan demikian apabila perusahaan ingin meningkatkan jumlah nasabah pengguna tabungan emas maka perlunya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah yang di PT. Pegadaia Syariah Cabang Setia Budi Medan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah untuk menabung emas pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan yang dilaksanakan dengan cara penyebaran angket kepada 77 responden dapat dilihat dengan Uji t dengan kualitas pelayanan $1.700 > 1.665$ maka adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Berdasarkan Uji determinan R Square 0,037 atau 3,7% menunjukkan sekitar 3,7% kualitas pelayanan dipengaruhi oleh minat menabung. Sementara sisanya sebesar 96,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan minat nasabah untuk menabung emas. Dengan demikian apabila perusahaan ingin meningkatkan jumlah nasabah pengguna tabungan emas maka perlunya memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah yang ada di PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka selanjutnya penulis memberikan saran yang dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil kebijakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan maksimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, yang ingin meneliti dengan permasalahan yang sama, agar dapat mengkaji lebih dalam lagi. Hal ini dikarenakan kontribusi dari kualitas pelayanan hanya sebesar 3,7% terhadap minat menabung, artinya masih banyak lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Mappiare. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Anton M. Moeliono, dkk. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep & Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS, 2015.
- Dedy Trisnadi & Ngadino Surip, *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menabung Kembali di CIMB NIAGA*, (Jurnal MIX, Volume 6 No. 3, Oktober 2013).
- Doni Juni Priansa. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Estri Juwanita, Skripsi: *Pengaruh Persespi Nasabah Mengenai Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan Tingkat Suku Bunga Simpanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank Dengan Citra Perbankan Sebagai Variabel Moderasi*.
- Etta Sangadji dan Sopiah. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2010.
- Fandy Tjipto. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset, 1996.
- Fandy Tjiptono. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. (Yogyakarta: Andi, 2004).
- Harnanto. *Survei Minat*. Jakarta: Pernada Media, 2006.
- Heri P. *Pengantar Perilaku Manusia*. Jakarta: EGC, 1998.
- Hesel Nogi S, Tangkilisan. *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo, 2005.
- Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*, Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

- John Killis, Tesis: *Hubungan Minat Kerja, Motivasi Ekstrinsik dan Bimbingan dalam Pelajaran dengan Kecakapan Kerja Teknik Listrik Lulusan STM Pada Industri-industri DIY*, (Jakarta: Fakultas Pasca Sarjana IKIP Jakarta, 1998).
- Kasmir, SE, MM. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Pustaka Media Group, 2004.
- Kutipan Skripsi “*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta Tahun 2014*” oleh: Roose Hamidah Febriasti.
- Miftah Toha. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995.
- Muhammad Yusuf Wicaksono, *Pengaruh Inflasi, Kurs Dollar dan Suku Bunga Terhadap Harga Emas di Indonesia*, (Jurnal Pendidikan dan Ekonomi, Volume 5, tahun 2016).
- Nanik Kristiana, *Pengaruh Game Online Sara’s Cooking Class terhadap Minat dan Motivasi Belajar Siswa Kelas X Jasa Boga pada Mata Pelajaran Pengolahan Makanan Kontinental di SMKN 1 Sewon*, (Skripsi: Universitas Negeri Yogyakarta, 2012)
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1998. *Serqual: a Multiple item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing. Vol.64 No. 1 p. 12-40.
- Pramitha Selviana Oktora. *Pintar Mencari dan Mendapatkan Pekerjaan*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Purnamie Titisari. *Peranan Organizational Citizenship Behavior (OCB)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014.
- Rosady Ruslan. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikas*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.
- Sardiman A, M. *Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Sinta Ardhillatul Jannah, *Pengaruh Promosi dan Kaulitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara*

Enim, (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang).

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

Tampubolon. *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca Pada Anak.* Bandung: Angkasa, 1991.

WJS, Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia.* Jakarta: Balai Pustaka, 1982.

Dari Web:

<http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/>

<http://harga-emas.org/history-harga/2013/Desember/31/>

<http://harga-emas.org/history-harga/2017/Desember/01/>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI:

Nama : Ilham Suryani
Tempat / Tanggal Lahir : Subulussalam, 22 November 1995
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Agama Islam
Anak Ke : ketujuh (7) dari tujuh (7) bersaudara
Ayah : H. Darwin
Ibu : Hj. Siti Ratnawati
Alamat : Jl. Teuku Umar, No.130 Kota Subulussalam
Status : Belum Menikah
No. Hp : 082188407337

PENDIDIKAN:

1. Tamatan SD Negeri 6 Kota Subulussalam, lulus tahun 2008.
2. Tamatan SMP Muhammadiyah Kota Subulussalam, lulus tahun 2011.
3. Tamatan SMA Negeri 6 Kota Medan, lulus tahun 2014.
4. Tercatat sebagai Mahasiswa Akhir Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara pada Tahun 2018.

Demikian Daftar Riwayat Hidup ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21- Maret - 2018



ILHAM SURYANI
1401280003



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400
Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rsktor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



**BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH**

Pada hari ini Rabu , Tanggal 31 Januari 2018 M telah diselenggarakan Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah menerangkan bahwa :

Nama : Ilham Suryani
Npm : 1401280003
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	✓
Bab I	Datas Awal pengguna tabung Emas
Bab II	Indikator Tabel ley out di 1 (2b)
Bab III	Jth Populasi & Sampel (77) (77) ⇒ Teknik penarikan sampel b simple Random sampling
Lainnya	Teknis Penulisan ⇒ Bases Panduan
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 31 Januari 2018

Tim Seminar

Ketua

Isra Hayati, S. Pd, M.Si

Pembimbing

Sekretaris

Khairunnisa, MM

Pembahas



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400

Website : <http://www.umsu.ac.id> Email : rektor@umsu.ac.id

Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada tanggal 31 Januari 2018 M menerangkan bahwa :

Nama : Ilham Suryani
Npm : 1401280003
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing

Medan, 31 Januari 2018

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Isra Hayati, S, Pd, M, Si)

Sekretaris Program Studi

(Khairunnisa, MM)

Pembimbing

(Drs. Sugianto, MA)

Pembahas

(Ainul Mardiyah, SP. M, Si)

Diketahui/ Disetujui

Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax.(061) 6623474, 66311003
Website: www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

Nomor : *47* /II.3/UMSU-01//F/2018
Lamp : -
Hal : *Izin Riset*

03 J Akhir 1439 H
19 Februari 2018 M

Kepada Yth : **Pimpinan PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan**
Di

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum wr.wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

Nama : **Ilham Suryani**
NPM : **1401280003**
Semester : **VIII**
Fakultas : **Agama Islam**
Jurusan : **Manajemen Bisnis Syariah**
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan**

Demikianlah hal ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum wr.wb.



Dekan,

Dr. Muhammad Qurib, MA

Medan, 20 Februari 2018

No. : 52/001.01.06/2018
Lamp. : -
Urgensi : Biasa.

Kepada Yth.
Sdra. Dekan,
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jl. Kapten Mochtar Basri No. 3
Medan - 20238

Hal. : Izin Riset

Menunjuk surat Sdr. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan No. : 47/II.3-AU/UMSU-01/F/2018 tanggal 19 Februari 2018 sesuai perihal pada pokok surat, dengan ini kami sampaikan hal-hal sbb. :


1. Pada prinsipnya kami dapat menyetujui usulan yang Saudara ajukan untuk mengadakan *Izin riset* bagi mahasiswa Fakultas Agama Islam - Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, sesuai dengan judul karya tulis/skripsi yang diambil dan ditempatkan di PT. Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan (Deputi Bisnis Area Medan II) Telp (061) 456-7247 yang terletak di Jln. setia budi Medan untuk dan atas nama:

No.	Nama Mahasiswa	NIM	Unit Kerja
1.	Ilham Suryani	1401280003	Cabang Setia Budi

2. Waktu kami tetapkan dari tanggal **26 Februari 2018 s/d 26 Maret 2018**.
3. Hal-hal yang perlu disampaikan terbatas pada yang sifatnya umum.
4. Tujuan izin mengadakan *riset* bagi mahasiswa hanya untuk keperluan penyusunan karya tulis/skripsi, dan tidak dibenarkan untuk keperluan lainnya.
5. Selama izin mengadakan *riset* bagi mahasiswa yang namanya tersebut diatas, wajib mematuhi segala peraturan yang berlaku di PT Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan.
6. Apabila izin mengadakan *riset* bagi mahasiswa selesai dibuat dalam bentuk karya tulis/skripsi, maka 1 (satu) eksemplar dan diserahkan ke **Bagian Humas PT. Pegadaian (Persero) Kanwil - I Medan** sebagai arsip.
7. Untuk mengenal produk Pegadaian, bagi mahasiswa wajib menggunakan **Jasa Taksiran/Jasa Titipan/KCA/Tabungan Emas**.

Demikian izin mengadakan *riset* bagi mahasiswa Saudari ini diberikan, untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

a.n. Pemimpin Wilayah,
Deputi Operasional
PT. PEGADAIAN (Persero) Kanwil I MEDAN


Moh. Insan Palajoi
NIK.P.80.062

Tembusan Yth. :

1. Inspektur Wilayah PT. Pegadaian (Persero) Kanwil I Medan;
2. Deputi Bisnis Area Medan - II PT. Pegadaian (Persero) Kanwil - I Medan;
3. Pimcab PT. Pegadaian (Persero) Cabang Setia Budi;
4. Sdra. Ilham Suryani;
5. Arsip.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kzptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan Fai UMSU
Di
Tempat

14 Safar 1439 H
03 November 2017 M

Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : ILHAM SURYANI
Npm : 1401280003
Program Studi : BISNIS & MANAJEMEN SYARIAH
Kredit Kumalatif :



Megajukan Judul sebagai berikut :

No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG EMAS PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN	 6/11/2017	Dr. S. MA	
2	PENGARUH KOMPENSASI DAN MOTIVASI TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN			
3	STRATEGI PEMASARAN PEMBIAYAAN GADAI EMAS DI PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

(ILHAM SURYANI)

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
UPT PERPUSTAKAAN

Alamat : Jalan Kapten Mukhtar Basri No.3 Telp. 6624567 –Ext. 113 Medan 20238

Bila menjawab surat ini, agar disebutkan nomor dan tanggalnya.

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2532 /KET/IL3-AU/UMSU-P/M/2018

Berdasarkan hasil pemeriksaan data pada Sistem Perpustakaan, maka Pelaksana Tugas (Plt.) Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan ini menerangkan :

N a m a : Ilham Suryani
N P M : 1401280003
Fakultas : Agama Islam
Jurusan : Bisnis & Manajemen Syari'ah

telah menyelesaikan segala urusan yang berhubungan dengan Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 03 Rajab 1439 H.
20 Maret 2018 M



An. Plt. Kepala UPT Perpustakaan
Koord. TU

(Signature)
F. Syahbakar Umri, SE

Kepada
Yth. Bapak/Ibu Nasabah
PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan
Di tempat

Dengan hormat,

Dengan segala kerendahan hati saya sampaikan angket ini dihadapan Bapak/Ibu disertai dengan permohonan maaf karena kehadiran angket ini akan mengganggu waktu Bapak/Ibu.

Adapun tujuan penyebaran angket ini hanya diperlukan untuk pengumpulan data dan informasi dalam penulisan skripsi yang berjudul: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan".

Jawaban dari para responden atas setiap pertanyaan/pernyataan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis yang sifatnya rahasia, terbatas dan tidak dipublikasikan.

Peran serta sumbang saran Bapak/Ibu sekalian sangat berarti dalam penyusunan penelitian ini, atas perhatian dan bantuan yang diberikan saya ucapkan terimakasih. Semoga Allah SWT dapat membalas kebaikan Bapak/Ibu sekalian dengan berlipat ganda, Aamiin.

Hormat Saya,

Ilham Suryani

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG EMAS PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
 2. Usia : Tahun
 3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 4. Pekerjaan : Pegawai Pemerintah Pegawai Swasta
 Wiraswasta Dan lain-lain
- *Beri tanda *Check List* (✓) pada jawaban yang sesuai dengan Bapak/Ibu.
5. Menjadi nasabah Pegadaian Syariah sejak tahun:

B. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda *check List* (✓) untuk setiap jawaban pernyataan yang paling tepat dan sesuai dengan keadaan dan mencerminkan Bapak/Ibu yang paling objektif.
2. Dimohon Bapak/Ibu untuk dapat mengisi semua jawaban yang ada.
3. Setiap pernyataan mempunyai lima alternative jawaban, yaitu:
SS = Sangat setuju
S = Setuju
KS = Kurang setuju
TS = Tidak setuju
STS = Sangat tidak setuju

C. Daftar Pernyataan Variabel Bebas

		Kualitas Pelayanan (Variabel X)					
NO	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Bukti Langsung (Tangible)	1) Petugas selalu melayani saya dengan ramah dan sopan.					
		2) Dalam memproses transaksi yang saya lakukan, petugas selalu berkomunikasi dengan baik kepada saya.					
		3) Ketersediaan ruang tunggu yang nyaman.					
		4) Ruang tunggu yang bersih dan sejuk.					

2	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1) Karyawan pegadaian memberi pelayanan yang sama dan adil pada setiap nasabah.						
		2) Kesiapan karyawan dalam melayani nasabah.						
		3) Keakuratan karyawan dalam melakukan pelayanan jasanya.						
		4) Karyawan pegadaian bersungguh-sungguh untuk membantu memecahkan masalah nasabah.						
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	1) Karyawan pegadaian memproses dengan cepat atas transaksi yang saya lakukan.						
		2) Karyawan selalu memberikan informasi terbaru tentang produk dan pelayanan pegadaian kepada nasabah.						
		3) Karyawan cepat dalam menanggapi masalah pada keluhan nasabah.						
		4) Karyawan selalu menunjukkan kesabaran dan perhatian kepada nasabah.						
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	1) Saya merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi.						
		2) PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.						
		3) Kejujuran karyawan administrasi pegadaian.						
		4) Pengetahuan karyawan tentang produk pegadaian.						
5	Empati (<i>Empathy</i>)	1) Dalam melayani nasabah, karyawan selalu menyebutkan nama nasabah.						
		2) Karyawan pegadaian menjaga hubungan baik kepada nasabah.						
		3) Karyawan pegadaian bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.						
		4) Karyawan segera meminta maaf saat terjadi kesalahan.						

D. Daftar Pernyataan Variabel Terikat

		Minat Menabung (Variabel Y)					
NO	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Minat menimbulkan sikap positif suatu objek	1) Sarana yang menarik perhatian nasabah untuk menabung.					
		2) Kejelasan informasi tabungan mendorong saya untuk menabung.					
		3) Perasaan nyaman karena dikelola dengan sistem syariah.					
		4) Saya merasa puas menggunakan produk tabungan emas.					
		5) Pelayanan yang baik mendorong saya untuk menabung.					
2	Minat adalah sesuatu yang menyenangkan dan timbul dari suatu objek	1) Produk halal dan tidak menggunakan unsur riba.					
		2) Lokasi yang strategis mudah dijangkau nasabah.					
		3) Produk yang ditawarkan memberikan kemudahan bagi nasabah.					
		4) Saya sebagai nasabah dilayani dengan baik.					
		5) Saya menyarankan keluarga dan teman untuk menabung emas di PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan.					
3	Minat mengandung unsur penghargaan	1) Saya tertarik menabung di pegadaian karena menerapkan sistem syariah.					
		2) Saya nyaman karena PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan tidak menerapkan bunga.					
		3) Saya senang dengan sikap ramah dan sopan karyawan dalam melayani nasabah.					
		4) Fasilitas penunjang yang disediakan cukup memadai.					
		5) Produk yang ditawarkan cukup menguntungkan.					