

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Singkat Berdirinya Pegadaian Syariah

Pegadaian merupakan lembaga pembiayaan/pengkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian modern pada awalnya berkembang di Italia yang kemudian dipraktikkan di wilayah-wilayah Eropa lainnya, seperti Inggris dan Belanda. Sistem gadai tersebut memasuki Indonesia dibawa dan dikembangkan oleh VOC. Pada mulanya pegadaian di Indonesia dilaksanakan oleh pihak swasta kemudian oleh gubernur jenderal Hindia-Belanda melalui *Staatsblad* tahun 1901 No. 131 tanggal 2 Maret 1901 yang mengatur pegadaian sebagai monopoli pemerintah Belanda. Tanggal 1 April 1901 didirikan rumah gadai pemerintah (Hindia-Belanda) pertama di Sukabumi, Jawa Barat.

Berkembang bersamaan dengan perkembangan produk-produk berbasis syariah yang kain merak di Indonesia, sektor pegadaian juga ikut mengalaminya. Tahun 2002 mulai diterapkan sistem Pegadaian Syariah dan pada bulan Januari 2003 pegadaian syariah resmi beroperasi dengan unit layanan gadai syariah cabang Dewi Sartika Jakarta merupakan salah satu pegadaian syariah yang pertama kali beroperasi di Indonesia. Sementara PT. Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga Banjarmasin didirikan pada tanggal 1 Juli 2007 yang berada di lokasi Jl. Jendral Ahmad Yani km. 4,5 No.69 RT.31 Banjarmasin. Dan salah satu kantor unit yang berada di Banjarmasin yang tepatnya

b. Visi Misi Pegadaian Syariah

1) Visi Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah menjadi “champion” dalam pembiayaan mikro dan kecil berbasis gadai syariah dan fidusia bagi masyarakat menengah kebawah.

2) Misi Pegadaian Syariah

- a) Membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah kebawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman skala mikro, kecil dan menengah atas dasar hukum gadai dan fidusia.
- b) Memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan dan melaksanakan tat kelola perusahaan yang baik secara konsisten.
- c) Melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya.

c. Produk dan Jasa yang Digunakan Pegadaian Syariah

- 1) Pembiayaan Arrum Haji. Pembiayaan Arrum Haji pada Pegadaian Syariah adalah layanan yang memberikan anda kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji.
- 2) 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) Mulia. Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran (kolektif dan arisan) dengan proses mudah dan jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternative pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan

kebutuhan masa depan, seperti menunaikan ibadah haji, mempersiapkan biaya pendidikan anak, memiliki rumah idaman serta kendaraan pribadi.

- 4) Pembiayaan Arrum. Pembiayaan Arrum (Ar Rahn untuk usaha mikro) pada Pegadaian Syariah memudahkan para usaha kecil untuk mendapatkan modal usaha dengan jaminan kendaraan. Kendaraan tetap pada pemiliknya sehingga dapat digunakan untuk mendukung usaha sehari-hari. Maksimalkan daya guna kendaraan anda.
- 5) Pembiayaan Amanah. Pembiayaan amanah dari Pegadaian Syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah kepada karyawan tetap maupun pengusaha makro, untuk memiliki motor untuk mobil dengan cara angsuran.
- 6) Pembiayaan Rahn. Pembiayaan Rahn (Gadai Syariah) dari pegadaian syariah adalah solusi yang tepat untuk butuh dana yang cepat yang sesuai syariah. Prosesnya cepat hanya dalam waktu 15 menit dan cair dan aman penyimpanannya. Jaminan berupa barang perhiasan, elektronik atau kendaraan bermotor.
- 7) Multi Pembiayaan Online. Multi Pembiayaan Online (MPO) melayani pembayaran berbagai tagihan seperti listrik, telpon/pulsa ponsel, air minum, pembelian tiket kereta api, dan lain sebagainya secara online. Layanan multi pembiayaan online merupakan solusi pembiayaan cepat yang memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening bank.

2. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Tabungan Emas yang menjadi responden. Kuesioner yang di peroleh dari responden tersebut merupakan suatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden. Adapun berikut beberapa karekteristik responden yang di maksud meliputi:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase(%)
1	Laki-laki	8	14,28%
2	Perempuan	48	85,71%
	Total	56	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa antara responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan yang lumayan jauh. Karenanya nampak jenis mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 48 orang atau dengan persentasi 85,71%. Sedangkan sisanya lagi adalah responden laki-laki sebanyak 8 orang dengan persentasi sebesar 14,28%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan menabung emas di Pegadaian Syariah kantor cabang Kebun Bunga yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah dengan jenis kelamin perempuan.

Data ini diperkuat bahwa memang lebih banyak dari jenis kelamin perempuan yang menabung emas di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kebun Bunga sebagaimana jumlah populasi nasabah Tabungan Emas dengan jenis kelamin

laki-laki 21 dan perempuan 135. Akan tetapi jika kita hendak melakukan perbandingan antara populasi dengan jumlah sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini sangatlah berbeda jauh dalam hal selisih daripada jumlah nasabah tabungn emas berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.

b. Umur Responden

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase(%)
1	20 – 29	25	44,64%
2	30 – 39	18	32,14%
3	40 – 49	11	19,64%
4	50 – 56	2	3,57%
	Total	56	100%

Sumber: hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa kategori usia para nasabah tabungan emas PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kertak Baru Banjarmasin dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebagai berikut: kategori usia dari 20-29 tahun sebanyak 25 orang atau dengan persentasi sebesar 44,64%, kategori usia 30-39 tahun sebanyak 18 orang atau dengan persentasi sebesar 32,14%, kategori usia 40-49 tahun sebanyak 6 orang atau dengan persentasi sebesar 19,64%, kategori usia 50-56 tahun sebanyak 2 orang atau dengan persentasi sebesar 3,57%. Mayoritas nasabah yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini adalah mereka yang dikategorikan dari usia 20-29 tahun sebanyak 25 orang atau dengan persentasi 44,64% serta angka ini bisa dikatakan lebih besar dari angka yang lain,

sedangkan data yang paling rendah adalah usia 50-56 tahun karena yg usia itu cuman ada 2 nasabah ditemukan dalam nasabah Tabungan Emas PT. Pegadaian Syaiah Kantor Cabang Kertak Baru.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3. Karakteristik responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentasi
1	Swasta	13	23,21%
2	Pedagang	8	14,28%
3	Karyawan/i	10	17,85%
4	Guru	3	5,35%
5	Mahasiswa/i	5	8,92%
6	Ibu Rumah Tangga	17	30,35%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian 2018

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan para nasabah Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Kantor Cabang Kertak Baru Banjarmasin, dengan jumlah responden dalam penelitian ini sebagai berikut: pekerjaan Swasta sebanyak 13 orang atau dengan persentase 23,21%, dengan pekerjaan sebagai Pedagang sebanyak 8 orang atau dengan persentase 14,28%, dengan pekerjaan sebagai Karyawan/i sebanyak 10 orang atau dengan persentase 17,85%, dengan pekerjaan sebagai Guru sebanyak 3 orang atau dengan persentase 5,35%, dengan pekerjaan sebagai Mahasiswa/i sebanyak 5 orang atau dengan persentase 8,92%, dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 17 orang atau dengan persentase 30,35%.

Karenanya dalam hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan emas yang banyak jadi nasabah adalah Ibu Rumah Tangga dengan jumlah 17 orang atau dengan persentase 30,35%.

3. Analisis Deskripsi Variabel

Data penulis peroleh dari hasil pembagian kuesioner/angket kepada beberapa nasabah PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin sebanyak 56 orang responden akan dilakukan penjabaran dari deskripsi variable mengenai Pengaruh Harga (X1), Tempat (X2), dan Promosi (X3) terhadap Tabungan Emas (Y) di PT Pegadqaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut.

a. Variabel Harga (X1)

Variabel harga terbagi menjadi tiga indikator yang penulis jadikan sebagai pertanyaan dalam kuesioner/angket yang diberikan kepada nasabah PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin.

- 1) Indikator harga dalam biaya administrasi membuka tabungan emas murah.

Tabel 4.4.indikator biaya administrasi membuka tabungan emas murah.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	21	37,5%
2	Setuju (S)	26	46,42%
3	Kurang Setuju (KS)	9	16,07%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100 %

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 26 responden atau sebesar 46,42% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden atau sebesar 37,5%. Yang kurang setuju jumlah sebanyak 9 respondenatau sebesar 16,07% . Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang

memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan biaya administrasi membuka Tabungan Emas murah.

2) Indikator harga dalam biaya pengolahan rekening pertahun terjangkau.

Tabel 4.5. indikator biaya pengolahan rekening pertahun terjangkau.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	22	39,28%
2	Setuju (S)	31	55,35%
3	Kurang Setuju (KS)	3	5,35%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100 %

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 31 responden atau sebesar 55,35% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau sebesar 39,28%. Yang kurang setuju jumlah sebanyak 3 responden atau sebesar 5,35%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan biaya pengelolaan rekening pertahun terjangkau.

3) Indikator harga dalam setoran minimal menabung emas sangat murah.

Tabel 4.6. indikator setoran minimal menabung emas sangat murah.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	19	33,92%
2	Setuju (S)	37	66,07%
3	Kurang Setuju (KS)	0	0%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100 %

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 37 responden atau sebesar 66,07% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 33,92%. Adapun yang kurang setuju,

tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan setoran minimal menabung emas.

Tabel 4.7. Akumulasi Jawaban Responden Terkait Harga (X_1)

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{3,1}	21	37,5%	26	46,42%	9	16,07%	0	0%	0	0%	56	100%
2	X _{3,2}	22	39,28%	31	55,35%	3	5,35%	0	0%	0	0%	56	100%
3	X _{3,3}	19	33,92%	37	66,07%	0	0%	0	0%	0	0%	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa item X1.1 merupakan indikator biaya administrasi membuka tabungan emas murah, item X1,2 merupakan indikator biaya pengolahan rekening pertahun terjangkau, item X1,3 merupakan indikator setoran minimal menabung emas sangat mmurah. Adapun jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel harga, menyatakan bahwa kebanyakan responden memilih jawaban setuju dalam setiap indikator pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar menganggap variabel harga sangat murah.

b. Variabel Tempat (X_2)

Variabel tempat terbagi menjadi tiga indikator yang penulis jadikan sebagai pertanyaan dalam kuesioner/angket yang diberikan kepada nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin.

1) Indikator tempat Pegadaian Syariah mudah dikenali.

Tabel 4.8. indikator tempat kantor Pegadaian Syariah mudah dikenali.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	18	32,14%
2	Setuju (S)	32	57,14%
3	Kurang Setuju (KS)	6	10,71%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 32 responden atau sebesar 57,14% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 18 responden atau sebesar 32,14%. Yang kurang setuju jumlah sebanyak 6respondenatau sebesar 10,71%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan kantor Pegadaian Syariah mudah dikenali.

2) Indikator lokasi PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin strategis.

Tabel 4.9. indikator lokasi PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin strategis.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	1	1,78%
2	Setuju (S)	44	78,57%
3	Kurang Setuju (KS)	6	19,64%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 44 responden atau sebesar 78,57% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 1 responden atau sebesar 1,78%. Yang kurang setuju jumlah

sebanyak 11 responden atau sebesar 19,64%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan lokasi Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin strategis.

3) Indikator fasilitas PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin memadai.

Tabel 4.10. indikator fasilitas PT Pegadian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin memadai.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	46,42%
2	Setuju (S)	28	50%
3	Kurang Setuju (KS)	2	3,57%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 28 responden atau sebesar 50% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden atau sebesar 46,42%. Yang kurang setuju jumlah sebanyak 2 responden atau sebesar 3,57%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan fasilitas Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru banjarmasin memadai.

Tabel 4.11. Akumulasi Jawaban Responden Terkait Tempat (X₂)

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{3,1}	18	32,14%	32	57,14%	6	10,71%	0	0%	0	0%	56	100%

2	X _{3,2}	1	1,78%	44	78,57%	11	19,64%	0	0%	0	0%	56	100%
3	X _{3,3}	11	46,42%	28	50%	2	3,57%	0	0%	0	0%	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa item X2.1 merupakan indikator kantor Pegadaian Syariah mudah dikenali, item X2,2 merupakan indikator lokasi Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin, item X2,3 merupakan indikator fasilitas Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru banjarماسin. Adapun jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel tempat, menyatakan bahwa kebanyakan responden memilih jawaban setuju dalam setiap indikator pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar menganggap variabel tempat mudah dan dapat dijangkau.

c. Variabel Promosi (X3)

Variabel promosi terbagi menjadi tiga indikator yang penulis jadikan sebagai pertanyaan dalam kuesioner/angket yang diberikan kepada nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Kantor Unit Kertak Baru Banjarmasin.

- 1) Indikator sosialisasi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang produk tabungan emas menarik minat saya untuk menabung emas.

Tabel 4.12. indikator sosialisasi produk tabungan emas Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	21	37,5%
2	Setuju (S)	22	39,28%
3	Kurang Setuju (KS)	13	23,21%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 22 responden atau sebesar 39,28% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden atau sebesar 37,5%. Yang kurang setuju jumlah sebanyak 13 responden atau sebesar 23,21%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan sosialisasi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang produk tabungan emas menarik minat saya untuk menabung emas.

2) Indikator iklan tabungan emas menarik perhatian.

Tabel 4.13. indikator iklan tabungan emas menarik perhatian saya.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	25	44,64%
2	Setuju (S)	25	44,64%
3	Kurang Setuju (KS)	6	10,71%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi disini ada dua ya itu sangat setuju dan setuju karena kedua-duanya sama nilai nya sebanyak 25 responden atau 44,64%. Yang kurang setuju sebanyak 6 responden atau 10,71%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju itu tidak ada atau 0 responden 0%, makad dari itu hal ini menunjukkan berimbang antara responden yang memilih sangat setuju dan setuju dalam iklan tabunngan emas menarik perhatian.

3) Indikator promosi brosur dan pamflet produk tabungan emas menarik perhatian

Tabel 4.14. indikator brosur dan pamflet produk tabungan emas menarik perhatian.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	25	44,64%
2	Setuju (S)	25	44,64%
3	Kurang Setuju (KS)	6	10,71%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi disini ada dua yaitu sangat setuju dan setuju karena kedua-duanya sama nilainya sebanyak 25 responden atau 44,64%. Yang kurang setuju sebanyak 6 responden atau 10,71%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju itu tidak ada atau 0 responden 0%, makad dari itu hal ini menunjukkan berimbang antara responden yang memilih sangat setuju dan setuju dalam brosur dan pamphlet produk tabungan emas menarik perhatian.

Tabel 4.15. Akumulasi Jawaban Responden Terkait Promosi(X₃)

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X _{3,1}	21	37,5%	22	39,28%	13	23,21%	0	0%	0	0%	56	100%
2	X _{3,2}	25	44,64%	25	44,64%	6	10,71%	0	0%	0	0%	56	100%
3	X _{3,3}	25	44,64%	25	44,64%	6	10,71%	0	0%	0	0%	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa item X3.1 merupakan indikator sosialisasi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang produk tabungan emas menarik minat saya untuk menabung emas, item X3,2 merupakan indikator iklan tabungan emas menarik perhatian, item X3,3 merupakan indikator brosur dan

pamflet produk tabungan rmas menarik perhatian saya. Adapun jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel promosi, menyatakan bahwa kebanyakan responden memilih jawaban sangat setuju dan setuju dalam setiap indikator pertanyaan. Hal ini menunjukkan bahwa responden sebagian besar menganggap variabel promosi mudah dipahami dan menarik perhatian saya.

d. Variabel Minat Nasabah (Y)

Variabel minat nasabah terbagi menjadi tiga indikator yang penulis jadikan sebagai pertanyaan dalam kuesioner/angket yang diberikan kepada nasabah tabungan emas PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin.

- 1) Indikator minat menggunakan produk Tabungan Emas karena sesuai dengan kebutuhan

Tabel 4.16. indikator minat menggunakan tabungan emas sesuai kebutuhan.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	10	17,85%
2	Setuju (S)	33	58,92%
3	Kurang Setuju (KS)	13	23,21%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 33 responden atau sebesar 58,92% yang disusul jawaban sangat kurang setuju sebanyak 13 responden atau sebesar 23,21% sedangkan yang setuju jumlah sebanyak 10 responden atau sebesar 17,85% sedangkan yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini

menunjukkan bahwa responden setuju dengan minat menggunakan produk Tabungan Emas karna sesuai dengan kebutuhan.

- 2) Indikator minat menggunakan tabungnan emas karena biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah

Tabel 4.17. indikator minat menggunakan tabungan emas karena biaya yang di keluarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang diperoleh oleh nasabah.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	19	33,92%
2	Setuju (S)	30	53,57%
3	Kurang Setuju (KS)	7	12,5%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 30 responden atau sebesar 53,57% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 33,92% yang kurang setuju jumlah sebanyak 7 responden atau sebesar 12,5%. Adapun yang tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan berminat menggunakan tabungan emas karena biaya yang dikerluarkan sesuai dengan manfaat dan keuntungan yang akan diperoleh oleh nasabah.

- 3) Indikator menyisihkan penghasilan untuk menabung emas pada Pegadaian Syariah .

Tabel 4.18. indikator menyisihkan penghasilan untuk menabung emas pada pegadain syariah.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	19	33,92%
2	Setuju (S)	36	64,28%
3	Kurang Setuju (KS)	0	0%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
	Total	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Dari jawaban diatas dapat diketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 36 responden atau sebesar 64,28% yang disusul jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau sebesar 33,92% yang kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju adalah 0 responden atau dalam point ini tidak ada seseorang yang memilih. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju dengan menyisihkan penghasilan untuk menabung emas pada Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin.

Tabel 4.19. Akumulasi Jawaban Responden Terkait Minat Nabaha(Y)

No	Item	Alternatif Jawaban											
		SS		S		KS		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y _{1,1}	10	17,85%	33	58,92%	13	23,21%	0	0%	0	0%	56	100%
2	Y _{1,2}	19	33,92%	30	53,57%	7	12,5%	0	0%	0	0%	56	100%
3	Y _{1,3}	19	33,92%	37	66,07%	0	0%	0	0%	0	0%	56	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2018

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa item Y1.1 merupakan indikator berminat menggunakan produk tabungan emas PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru Banjarmasin, item Y1,2 merupakan indikator berminat menggunakan tabungan emas karena biaya yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat

dan keuntungan, item Y1,3 merupakan indikator akan menyisihkan penghasilan untuk menabung emas pada PT Pegadaian Syariah kantor unit kertak baru banjarmasin. Adapun jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel minat nasabah, menyatakan bahwa kebanyakan responden memilih jawaban setuju dalam setiap indikator pertanyaan.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi Product Moment (Pearson). Dalam uji validitas, kriteria suatu nilai r_{tabel} dapat dilakukan dengan rumus : $r_{tabel}(\alpha, n-2)$ dari table producty moment. Pada uji Validitas ini diketahui bahwa n adalah 56 , dan $\alpha = 5\%$ maka : $r_{Tabel} (5\%, 56-2) = 0,263$. Setiap item pertanyaan akan dikatakan valid jika lebih besar dari 0,263. Adapun uji validitas data adalah sebagai berikut :

Tabel. 4.20 Tabel Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	No.1	0,669	0,263.	Valid
	No.2	0,659	0,263.	Valid
	No.3	0,788	0,263.	Valid
Tempat	No.4	0,279	0,263.	Valid
	No.5	0,364	0,263.	Valid
	No.6	0,455	0,263.	Valid
Promosi	No.7	0,867	0,263.	Valid
	No.8	0,839	0,263.	Valid
	No.9	0,864	0,263.	Valid
Minat	No.10	0,469	0,263.	Valid
	No.11	0,457	0,263.	Valid
	No.12	0,511	0,263.	Valid

Sumber Olah Data

Berdasarkan tab validitas tersebut seluruh item pertanyaan dalam instrument penelitian dinyatakan valid, karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,263. Oleh karena itu, analisis validitas dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument pertanyaan dinyatakan valid karena semua item nilainya lebih besar dari 0,263.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan Cronchbach's Alpha. Dalam uji reliabilitas, nilai yang dikatakan reliabel adalah jika Cronbach'Alpha lebih besar dari 0,6 Adapun tabel uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel. 4.21 Tabel Uji Uji Reliabilitas

Keandalan Statistik	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,837	12

Dapat dilihat dari tabel tersebut didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,837 lebih besar dari nilai kritis 0,6 sehingga koesoner dinyatakan reliabel.

c. Hasil Pengujian Perasyarat Analisis (Uji Asumsi Klasik)

Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dalam analisis regresi linier harus terpenuhi beberapa pengujian prasyarat analisis atau asumsi klasik, yang antara lain adalah asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

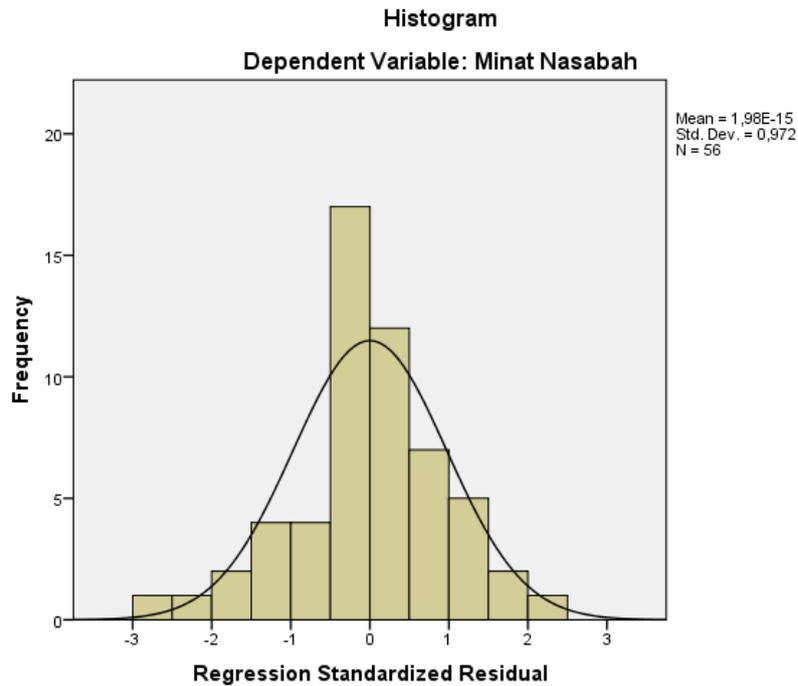
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal. Uji-t dinyatakan valid jika residual terdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.

Tabel 4.22 Uji Normalitas

Satu Sampel Uji Kolmogorov smirnov		<i>Unstandardize d Residual</i>
N		56
Permeter Normal ^{a,b}	Berarti	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,15894151
Perbedaan Paling Ekstrim	Mutlak	,117
	Positif	,089
	Negatif	-,117
Uji Statistik		,117
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,052 ^c
a. <i>Test distribution is Normal.</i>		
b. Dihitung Dari data.		
c. Koreksi Signifikan <i>Correction.</i>		

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov pada variabel Harga, Tempat dan Promosi menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2 tailed)* > 0,052. Hal itu menunjukkan bahwa hipotesis nol diterima dan berarti secara keseluruhan variabel berdistribusi normal.

Gambar 4.23 Histogram Uji Normalitas



Sumber : Hasil olah Data SPSS

Jika dilihat dari histogram di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa mempunyai distribusi normal, hal ini diperlihatkan oleh bentuk kurva yang menyerupai lonceng.

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Pada penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan *Tolerance* pada model regresi. Jika nilai VIF melebihi nilai 10 dan *Tolerance* dibawah 0,1 maka variabel tersebut memiliki multikolinearitas yang tinggi (Ghozali, 2009).

Tabel 4.24 Uji Multikolineritas

Koefisien ^a									
Model		Koefisien yang Tidak Standar		Koefisien yang Standar	T	Sig.	Statistik Kolinearitas		
		B	Std. Kesalahan	Beta			Toleransi	VIF	
1	(Konstan)	13,822	2,172		6,364	,000			
	Harga	-,368	,130	-,411	-2,820	,007	,633	1,581	
	Tempat	-,274	,141	-,238	-1,938	,058	,888	1,126	
	Promosi	,526	,111	,714	4,734	,000	,590	1,694	
a. Variabel Tidak Bebas: Minat Nasabah									

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai VIF 3 variabel independen yaitu Harga, Tempat dan Promosi di bawah nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya salah satu penyimpangan asumsi klasik, yaitu varian dari residual tidak konstan. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.25 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Koefisien ^a						
Model		Koefisien yang Tidak Standar		Koefisien yang Standar	T	Sig.
		B	Std. Kesalahan	Beta		
1	(Konstan)	3,614	1,364		2,649	,011
	Harga	-,049	,082	-,099	-,595	,555
	Tempat	-,135	,089	-,214	-1,517	,135
	Promosi	-,033	,070	-,083	-,480	,633
a. Variabel Tidak Bebas: abs_res						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas (uji-t), signifikansi setiap variabel independen lebih tinggi dari 5%. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik memengaruhi residual dari model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

g. Hasil Pengujian Linier Berganda

Analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Tempat, Harga, dan Promosi, terhadap Minat Nasabah. Analisis ini diolah dengan program SPSS. Hasil analisis regresi linier berganda ditunjukkan pada tabel 4.6

Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Berganda

koefisien ^a						
Model		Koefisien yang Tidak Standar		Koefisien yang Standar	T	Sig.
		B	Std. Kesalahan	Beta		
1	(Konstan)	13,822	2,172		6,364	,000
	Harga	,368	,130	,411	2,820	,007
	Tempat	,279	,141	-,238	1,6725 2	,037
	Promosi	,526	,111	,714	4,734	,000
a. Variabel Tidak Bebas: Minat Nasabah						

Dari tabel di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut.

$$\text{Minat Nasabah} = 13,822 C + 0,368 \text{ Harga} + 0,279 \text{ Tempat} + 0,526$$

Promosi

Keterangan:

Koefisien-koefisien hasil dari persamaan regresi berganda di atas maka dapat dijelaskan bahwa sebagai berikut :

- 1) Ketika tidak ada variabel independen (Harga, Tempat dan Promosi) maka Minat Nasabah adalah sebesar 13,822.
- 2) Nilai koefisien regresi Harga sebesar 0,368 yang berarti setiap peningkatan nilai Harga sebesar 1% maka Nilai Minat Nasabah akan naik sebesar 0,368 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
- 3) Nilai koefisien regresi Tempat sebesar 0,279 yang berarti setiap peningkatan nilai Tempat sebesar 1% maka Nilai Minat Nasabah akan turun sebesar 0,279 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.
- 4) Nilai koefisien regresi Promosi sebesar 0,526 yang berarti setiap peningkatan Nilai Promosi sebesar 1% maka Nilai Mina Nasabah akan naik sebesar 0,526 dengan catatan variabel lain dianggap tetap.

h. Hasil Pengujian Hipotesis

Penelitian ini menguji hubungan antara variabel dependen Minat Nasabah dan variabel-variabel independen, yaitu Harga, Tempat, dan Promosi. Hipotesis yang di uji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Ha1 : Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah

Ha2 : Tempat memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

Ha3 : Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah

Ha4 : Harga, Tempat dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah.

1) Pengujian hipotesis pertama

H_{a1}: Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah.

Berdasarkan perhitungan sebagaimana terlihat pada tabel 4.27, diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,368. Hasil estimasi variabel Harga sebesar nilai $T_{hitung} = 2,820 > T_{tabel} = 1,673$ dan dengan Nilai signifikansi sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa Harga berpengaruh terhadap Minat Nasabah (signifikan). Berdasarkan penjelasan di atas berarti bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah sehingga hipotesis pertama diterima.

2) Pengujian hipotesis kedua

H_{a2} : Tempat berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Nasabah

Berdasarkan penghitungan sebagaimana terlihat pada tabel 4.27, diperoleh nilai koefisien regresi dengan dengan arah positif sebesar 0,279. Hasil estimasi variabel Tempat yaitu, nilai $T_{hitung} = 1,67252 < T_{tabel} = 1,673$ dengan Nilai signifikansi sebesar 0,037 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat diartikan bahwa Tempat berpengaruh terhadap Minat Nasabah (signifikan). Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Tempat berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah sehingga hipotesis diterima.

3) Pengujian hipotesis ketiga

H_{a3} : Promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah .

Berdasarkan penghitungan pada tabel 4.27, diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 0,526. Hasil estimasi variabel Promosi $T_{hitung} = 4,734 > T_{tabel} = 1,673$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah sehingga hipotesis ketiga diterima.

4) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis kelima adalah pengaruh Fasiitas, Pelayana dan Promosi secara simultan terhadap Minat Nasabah. Hasil output penghitungan regresi sebagai berikut:

- a) Tingkat signifikansi lebih besar dari 5% dan $F_{hitung} < F_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 5% dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

Tabel 4.27 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Jumlah Kotak	Df	Berarti Persegi	F	Sig.
1	Regresi	32,056	3	10,685	7,521	,000 ^b
	Sisa	73,873	52	1,421		
	Total	105,929	55			
a. Variabel Tidak Bebas: Minat Nasabah						
b. Prediktor: (konstan), Promosi, Tempat, Harga						

Hasil pengujian signifikansi simultan nilai regresi sebesar 0,000. Tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} = 7,521 > F_{tabel} = 3,15$, maka dapat disimpulkan bahwa Harga, Tempat dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah diterima.

5) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0,00 sampai dengan 1,00. Koefisien determinasi semakin mendekati angka 0, hal itu menunjukkan garis regresi kurang baik. Sebaliknya, koefisien determinasi yang semakin mendekati 1,00, maka garis

regresi semakin baik karena mampu menjelaskan data aktualnya (Widarjono, 2009).

Tabel 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Riangan Model^b				
Model	R	Kotak R	Kotak Disesuaikan	Std. Kesalahan Estimasi
1	,550 ^a	,303	,262	1,19190
a. Prediktor: (konstan), Promosi, Tempat, Harga				
b. Variabel Tidak Bebas: Minat Nasabah				

Pada tabel terlihat Adjusted R Square sebesar 0,262 atau 26,2%, maka Harga, Tempat, dan Promosi mempengaruhi Minat nasabah sebesar 26,2% sedangkan sisanya 73,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

6) Pembahasan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Tempat, dan Promosi baik secara parsial maupun simultan terhadap Minat Nasabah

a) Pengaruh Harga terhadap Minat Nasabah

Koefisien regresi variabel Harga bernilai positif sebesar 0,368. Nilai $T_{hitung} 2,820 > T_{tabel} 1,673$ signifikansi menunjukkan angka sebesar 0,007 yang nilainya lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$ dan Hal ini menunjukkan variabel Harga berpengaruh terhadap variabel minat nasabah. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis kondisi empiris dapat diperoleh kesimpulan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

b) Tempat terhadap Minat Nasabah

Koefisien regresi variabel tempat bernilai positif sebesar 0,279. Nilai signifikansi menunjukkan 0,037 yang nilainya lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Nilai $T_{hitung} 1,67252 < T_{tabel} 1,673$. Hal ini menunjukkan variabel tempat berpengaruh terhadap variabel minat nasabah. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis kondisi empiris dapat diperoleh kesimpulan bahwa tempat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

c) Pengaruh Promosi terhadap Minat Nasabah

Koefisien regresi promosi bernilai positif sebesar 0,526. Nilai signifikansi menunjukkan 0,000 yang bernilai lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$ $T_{hitung} 4,734 > T_{tabel} 1,673$. Hal ini menunjukkan variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat nasabah. Dengan demikian, berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis kondisi empiris dapat diperoleh kesimpulan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

d) Pengaruh Simultan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, tempat dan promosi, secara simultan terhadap minat nasabah. Berdasarkan hasil analisis di atas, diketahui bahwa analisis regresi menghasilkan adjusted sebesar 0,262. Hal ini berarti bahwa minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel harga, tempat dan promosi sebesar 26,2. Sedangkan sisanya 73,8% di jelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa signifikansi yang diharapkan yaitu 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} 7,521 > F_{tabel} 3,15$ yang berarti harga, tempat dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah.