

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil PT Pegadaian Syariah

1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Pegadaian cabang CPS Kebun Bunga di Banjarmasin, Kalimantan Selatan melayani Rahn Bisnis, Gadai Syariah, Arrum, Amanah, EmasKu, Mulia, Tabungan Emas, MPO (Pembelian dan Pembayaran Tagihan Telepon, Listrik, Air, Tiket, Internet, TV Berbayar, Pembayaran Iuran BPJS, dll). Kantor PT Pegadaian persero ini menyediakan berbagai layanan terkait dengan produk-produk PT Pegadaian. Layanan produk PT Pegadaian yang tersedia mulai dari investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, tabungan emas, pendaftaran pegadaian digital atau pegadaian online, Kredit Cepat Aman (KCA) pegadaian, pegadaian syariah dan lainnya. Pada kantor ini juga nasabah bisa mengajukan pinjam uang atau kredit dengan jaminan mulai dari surat BPKB kendaraan motor atau mobil, surat tanah dan lainnya. Proses pegadaian terjamin. Segera kunjungi PT Pegadaian terdekat untuk memenuhi kebutuhan finansial Anda, mencari informasi bunga pegadaian, pengajuan pinjaman, dan lainnya. Anda juga bisa menghubungi kontak call center dan customer service atau mengakses langsung website PT Pegadaian secara online.

- a. Dimana alamat PT Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga Banjarmasin? PT Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga

Banjarmasin beralamat di Jl. A.Yani Km.4, 5 No. 69, Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

- b. Berapa kontak nomor telepon PT Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga Banjarmasin? PT Pegadaian (Persero) CPS Kebun Bunga Banjarmasin dapat dihubungi melalui kontak nomor telepon 05113257009

B. Penyajian Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada nasabah yang ditemui oleh peneliti yang kemudian dijadikan responden dalam penelitian ini. Jumlah koesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian ini yaitu :Jenis Kelamin

1. Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Resonden	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	31	33%
2	Perempuan	62	67%
	Jumlah	93	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, presentase terbesar nasabah PT Pegadaian (PERSERO) Unit Pelayanan Syariah CS Kebun Bunga Banjarmasin yang menjadi responden adalah mereka yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 62 orang (67%), sedangkan 31 orang (33%) berjenis kelamin laki-laki.

2. Usia Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia Responden	Jumlah	Presentase
1	19 s/d 30	38	42%
2	31 s/d 40	29	21%
3	41 s/d 50	18	19%
4	>51	7	8%
	Jumlah	93	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, umur responden yang paling banyak berumur 19 s/d 30 tahun sebanyak 32 orang (42%) diikuti responden yang berumur 31 s/d 40 tahun sebanyak 29 orang (21%) kemudian responden yang berusia 41 s/d 50 sebanyak 18 orang (19%), dan hanya sedikit responden yang berumur >51 tahun sebanyak 7 orang (8%).

3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia Responden	Jumlah	Presentase
----	----------------	--------	------------

1	IRT (Ibu Rumah Tangga)	23	24.73%
2	Karyawan Swasta	26	27.96%
3	Pedagang	11	11.83%
4	Mahasiswa	8	8.60%
5	Guru	7	7.53%
6	Wiraswasta	4	4.30%
7	Satpam	3	3.23%
8	PNS	2	2.15%
9	Karyawan BUMN	2	2.15%
10	Perawat	2	2.15%
11	Dosen	1	1.08%
12	Pensiunan	1	1.08%
13	Polisi	1	1.08%
14	Penjahit	1	1.08%
15	Marketing	1	1.08%
	Jumlah	93	100%

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan table diatas, persentase pekerjaan terbesar nasabah PT Pegadaian (PERSERO) Unit Pelayanan Syariah CS Kebun Bunga Banjarmasin, yang menjadi responden adalah mereka yang memiliki status sebagai IRT (Ibu Rumah Tangga) sebanyak 23 orang (24,73%), status sebagai Karyawan Swasta sebanyak 26 orang (27,96%), status sebagai pedagang sebanyak 11 orang (11,83), status sebagai mahasiswa sebanyak 8 orang (8,60%), status sebagai guru sebanyak 7 orang (7,53%), status sebagai wiraswasta sebanyak 4 orang (4,30%), status

sebagai satpam sebanyak 3 orang (3,23), status sebagai PNS sebanyak 2 orang (2,15%), status sebagai karyawan BUMN sebanyak 2 orang (2,15), status sebagai perawat sebanyak 2 orang (2,15), dan status sebagai dosen, pensiunan, polisi, penjahit, marketing masing-masing adalah 1 orang (1,08%).

C. Analisis Data

1. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menunjukkan mean, minimum, maksimum dan standar deviasi dari data yang dikumpulkan. Hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Hasil Uji analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Promosi	93	26.00	35.00	29.9032	2.49811
Pelayanan	93	30.00	40.00	34.9462	2.79893
Kepercayaan	93	24.00	35.00	29.7419	2.36323
Keputusan Nasabah	93	30.00	40.00	34.1183	2.48845
Valid N (listwise)	93				

Sumber: Data diolah, 2023

Dari hasil uji analisis statistik deskriptif diatas pada Tabel 1.4 terlihat total data (N) pada variabel periklanan sebanyak 93 dengan *mean* sebesar 29,90 dengan nilai minimum sebesar 26 dan nilai maksimum sebesar 35 serta nilai *standar deviation* 2,49. Variabel pelayanan mempunyai mean sebesar 34,94, nilai minimum sebesar 30, dan nilai

maksimum sebesar 40 dengan *standar deviation* sebesar 2,79. Nilai mean variabel reliabel sebesar 29,74 dengan nilai terkecil sebesar 24 dan terbesar sebesar 35 dengan *standar deviation* sebesar 2,36. Nilai rata-rata variabel kepuasan pelanggan sebesar 34,11, nilai terendah sebesar 30,40, dan nilai tertinggi sebesar 40, dengan *standar deviation* sebesar 2,48.

Hasil uji analisis dekskriptif diatas bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data sehingga dapat disajikan dalam tampilan yang lebih baik.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui validitas pertanyaan berdasarkan hasil kuesioner. Uji validitas menunjukkan seberapa baik suatu alat ukur mampu mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur.

Hasil tes uji validitas dapat diketahui dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai $r_{hitung} >$ nilai r_{tabel} maka pertanyaan dinyatakan valid.
- b) Nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel} maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.
- c) Nilai r_{tabel} dengan $N=93$, pada signifikansi 5% maka diketahui r_{tabel} adalah 0,202. Sehingga, apabila $r_{hitung} > 0,202$ maka dinyatakan valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

No	Variabel/Indikator	r Tabel	r Hitung	Keterangan
	Promosi (X1)			
1	X1.1	0.202	0.792	Valid
2	X1.2	0.202	0,766	Valid
3	X1.3	0.202	0,755	Valid
4	X1.4	0.202	0,741	Valid
5	X1.5	0.202	0,707	Valid
6	X1.6	0.202	0,677	Valid
7	X1.7	0.202	0,629	Valid
	Pelayanan (X2)			
1	X2.1	0.202	0,668	Valid
2	X2.2	0.202	0,40	Valid
3	X2.3	0.202	0,628	Valid
4	X2.4	0.202	0,673	Valid
5	X2.5	0.202	0,769	Valid
6	X2.6	0.202	0,747	Valid
7	X2.7	0.202	0,757	Valid
8	X2.8	0.202	0,638	Valid
	Kepercayaan (X3)			
1	X3.1	0.202	0,658	Valid
2	X3.2	0.202	0,713	Valid
3	X3.4	0.202	0,770	Valid
4	X3.5	0.202	0,767	Valid

5	X3.6	0.202	0,725	Valid
6	X3.7	0.202	0,815	Valid
7	X3.8	0.202	0,743	Valid
	Keputusan Nasabah (Y)			
1	Y1	0.202	0,544	Valid
2	Y2	0.202	0,580	Valid
3	Y.3	0.202	0,573	Valid
4	Y.4	0.202	0,537	Valid
5	Y.5	0.202	0,678	Valid
6	Y.6	0.202	0,716	Valid
7	Y.7	0.202	0,708	Valid
8	Y.8	0.202	0,733	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Uji validitas variabel promosi pada tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,202) sehingga dapat dikatakan bahwa masing-masing item pertanyaan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel promosi dan dapat memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti.

Selanjutnya uji validitas variabel pelayanan masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,202) sehingga dapat dikatakan masing-masing pertanyaan valid yaitu mampu mengukur variabel pelayanan.

Selanjutnya uji validitas variabel kepercayaan disimpulkan bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,202) sehingga dapat dikatakan masing-masing pertanyaan dapat dikatakan valid yaitu mampu mengukur variabel kepercayaan.

Selain itu untuk menguji validitas variabel keputusan pelanggan juga dihitung nilai r setiap pertanyaan lebih besar dari r tabel (0,202) sehingga dapat dikatakan setiap pertanyaan dapat dikatakan valid. valid yaitu dapat mengukur variabel keputusan pelanggan.

b. Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Uji reliabilitas adalah tingkat ketelitian, ketepatan atau ketelitian suatu instrumen. Instrumen yang andal menghasilkan informasi yang andal. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai Cronbach's alpha > 0.60. Hasil uji reliabilitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Crombach's Alpha</i>	Nilai	Keterangan
Promosi (X1)	0,60	0,853	Raliabel
Pelayanan (X2)	0,60	0,842	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,60	0,860	Raliabel

Keputusan Nasabah (Y)	0,60	0,783	Reliabel
-----------------------	------	-------	----------

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas maka didapat empat output dari variabel Promosi (X1), Pelayanan (X2), Kepercayaan (X3) dan variabel Keputusan Nasabah (Y) masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,60$. Maka disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data menunjukkan tingkat normalitas data yang digunakan, terlepas dari apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika tidak berdistribusi normal, beberapa teknik statistik non parametrik dapat dijadikan alternatif. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk menguji normalitas data pada penelitian ini. Penentuan signifikansi digunakan untuk membuat kesimpulan dengan menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. apabila signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan dan sebaliknya apabila $< 0,05$ berarti variabel tersebut tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas One-Simple Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized

Residual

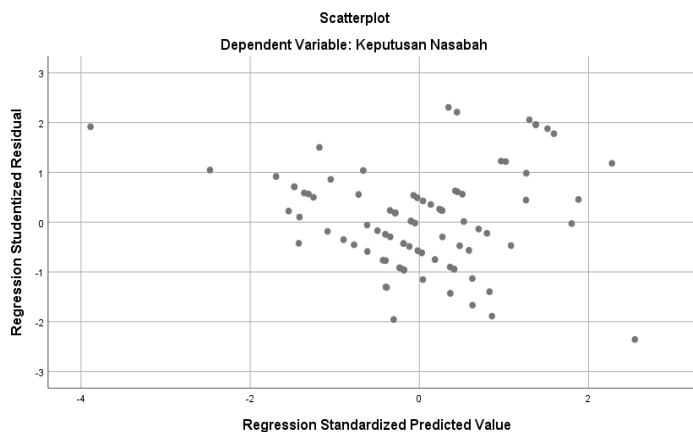
1	(Constant)	29.76 0	2.610		11.403	.000		
	Promosi	-.243	.101	-.291	-2.405	.018	.438	2.283
	Pelayanan	-.338	.088	-.471	-3.832	.000	.425	2.353
	Kepercayaan	.787	.104	.760	7.546	.000	.633	1.581

Sumber data diolah SPSS 2023

Pada tabel 4.5 terlihat bahwa nilai VIF pada seluruh variabel kurang dari 10 dan nilai Tolerance yang lebih dari 0,01 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketimpangan varians observasi dalam model regresi. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat apakah terdapat pola tertentu pada penyebaran antara Studentized Residual (SRESID) dan Standardized Predicted Value (ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-standardized. Titik tolak pengambilan keputusan adalah jika terdapat pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menghasilkan grafik (scatte plot) pola sebaran titik-titik tersebut, seperti terlihat pada Gambar 4.1 di bawah ini :



Sumber: Data Diolah SPSS, 2023

Dari hasil di atas terlihat bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik tersebut terletak di atas dan di bawah sumbu Y angka 0, sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas model regresi dapat diwujudkan dengan model ini.

4. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 17.0. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Ringkasan Hasil Regresi

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	17.655	3.341		5.284	.000
Promosi	.038	.121	.038	.313	.755
Pelayanan	.038	.111	.043	.344	.731
Kepercayaan	.471	.126	.447	3.738	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah SPSS, 2023.

Berdasarkan dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 17.655 + 0.38X_1 - 0.38X_2 + 0.471X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan Nasabah

X₁ = Variabel Promosi

X₂ = Variabel Pelayanan

X₃ = Variabel Kepercayaan

a. Uji t (parsial)

Uji t atau disebut juga uji persial dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh satu variabel independen (nilai taksiran, biaya-biaya, dan pelayanan) secara

persial (individual) dalam menerangkan variabel dependen (keputusan nasabah).

Berdasarkan pada analisis regresi ini digunakan probabilitas 2 sisi, dengan $\alpha = 5\% : 2 = 0.025\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n - k$ atau $93 - 4 = 91$ (n = jumlah sampel, k = jumlah variabel), maka didapatkan t Tabel sebesar 1,986. Dari hasil uji t pada tabel 4.19 menunjukkan hasil yang sebagai berikut:

- 1) Variabel Promosi (X_1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai thitung $>$ t tabel yaitu $6,559 > 1,986$ dengan tingkat signifikansi 0,755 lebih besar dari 0,05.
- 2) Variabel Pelayanan (X_2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai thitung $<$ t tabel yaitu $0,344 < 1,986$ dengan tingkat signifikansi 0,731 lebih besar dari 0,05.
- 3) Variabel Kepercayaan (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y) dengan nilai thitung $>$ t tabel yaitu $3,738 > 1,986$ dengan tingkat signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05.

b. Uji F

Hasil perhitungan parameter model regresi secara simultan (bersama-sama) diperoleh pada Tabel 4.7 berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.477	3	81.492	22.301	.000 ^b
	Residual	325.222	89	3.654		
	Total	569.699	92			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Promosi, Pelayanan

Sumber: Data Diolah SPSS, 2023

Uji F digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Uji ini dilakukan dengan membandingkan Fhitung dengan Ftabel dimana nilai Ftabel sebesar 2,707 diperoleh dari nilai $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k = 93 - 4 = 89$ (k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel) dengan kriteria perbandingan, yaitu:

- 1) $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan dari Nilai Taksiran, Biaya-biaya dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah.
- 2) $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh yang signifikan dari Nilai Taksiran, Biaya-biaya dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah:

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 22,301 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama Promosi, Pelayanan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah Gadai Emas Syariah pada Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin.

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah:

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.655 ^a	.429	.410	1.91159

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Promosi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Sumber: Data Diolah SPSS, 2023

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,410. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel promosi, pelayanan dan kepercayaan terhadap

keputusan nasabah adalah 41,% sedangkan sisanya yaitu 59,% keputusan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Adapun Hasil dari Analisis Data diatas adalah :

1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas

Promosi adalah upaya perusahaan mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Promosi meliputi unsur-unsur pemberian informasi dan pengaruh terhadap perilaku pelanggan. Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel faktor promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa faktor promosi dari pihak PT Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin kepada nasabah tidak terlalu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan gadai emas.

Hasil pengujian menunjukkan diketahui nilai sig. untuk pengaruh variabel promosi (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar $0,755 > 0,05$ artinya bahwa variabel faktor promosi (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.

2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas

Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya perusahaan mempengaruhi para pelanggan atau konsumen agar mau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Hasil pengujian secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa variabel faktor pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas di PT Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa faktor pelayanan dari pihak PT Pegadaian Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin kepada nasabah tidak terlalu mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan gadai emas.

Hasil pengujian menunjukkan diketahui nilai sig. untuk pengaruh variabel pelayanan (X1) terhadap keputusan nasabah (Y) sebesar $0,731 > 0,05$ artinya bahwa variabel faktor promosi (X2) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk gadai emas.

3. Pengaruh Faktor Kepercayaan Terhadap Keputusan nasabah Menggunakan Produk Gadai Emas

Kepercayaan adalah pengharapan seseorang atau kelompok bahwa perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan orang atau kelompok lain akan terkabul. Kepercayaan adalah bagian terpenting dalam melakukan sesuatu, yakin bahwa seseorang atau suatu kelompok mampu mewujudkan harapan tersebut.

Nilai t hitung untuk variabel kepercayaan sebesar 3.738 dan hasil yang diperoleh dari t tabel sebesar = 1,986. yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($3.738 > 1,986$) dan ($0,000 < 0,05$), jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin menggunakan produk pembiayaan gadai emas.

Penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indah Sari Pebriani, dkk., yang menyatakan bahwa jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan perbulan sangat berperan penting pada kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas pada Pegadaian Syariah

4. Pengaruh Promosi, Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Pembiayaan Gadai Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pelayanan Syariah CPS Kebun Bunga Banjarmasin.

Berdasarkan tabel uji signifikansi simultan uji simultan (uji F) di atas dapat dijelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,301 > 2,707$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap preferensi nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Sari Pebriani, dkk., yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi, kualitas pelayanan dan nasabah terhadap minat nasabah untuk investasi emas. Jadi dapat

disimpulkan bahwa promosi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat masyarakat, yang artinya dalam meningkatkan minat masyarakat diperlukan adanya kualitas pelayanan yang baik, harga yang terjangkau, dan strategi promosi yang menarik serta didukung dengan faktor-faktor lainnya.