**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH SUKA BANGUN PALEMBANG**



**Oleh :**

**Muhammad Abdul Rokhim**

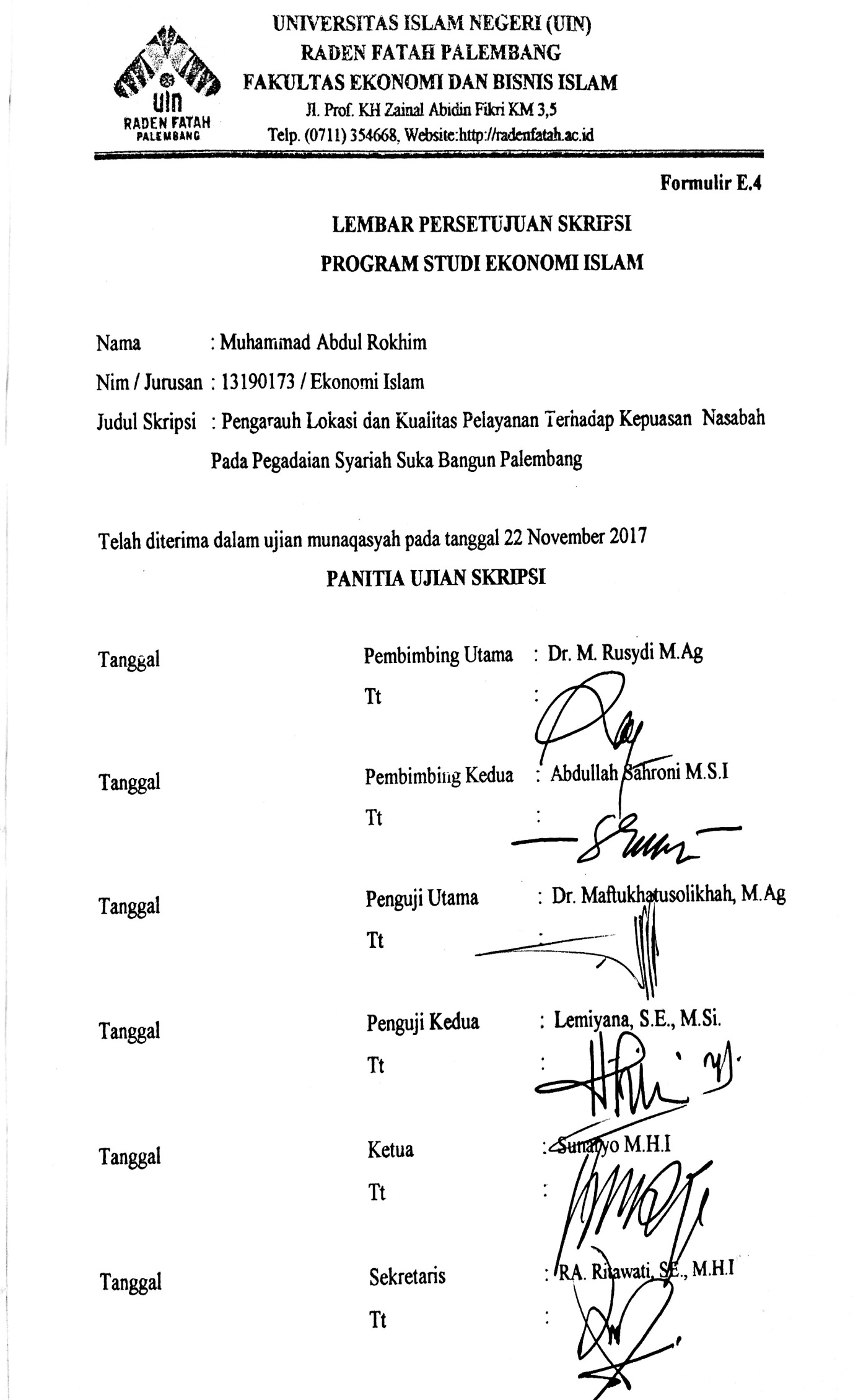
**NIM: 13190173**

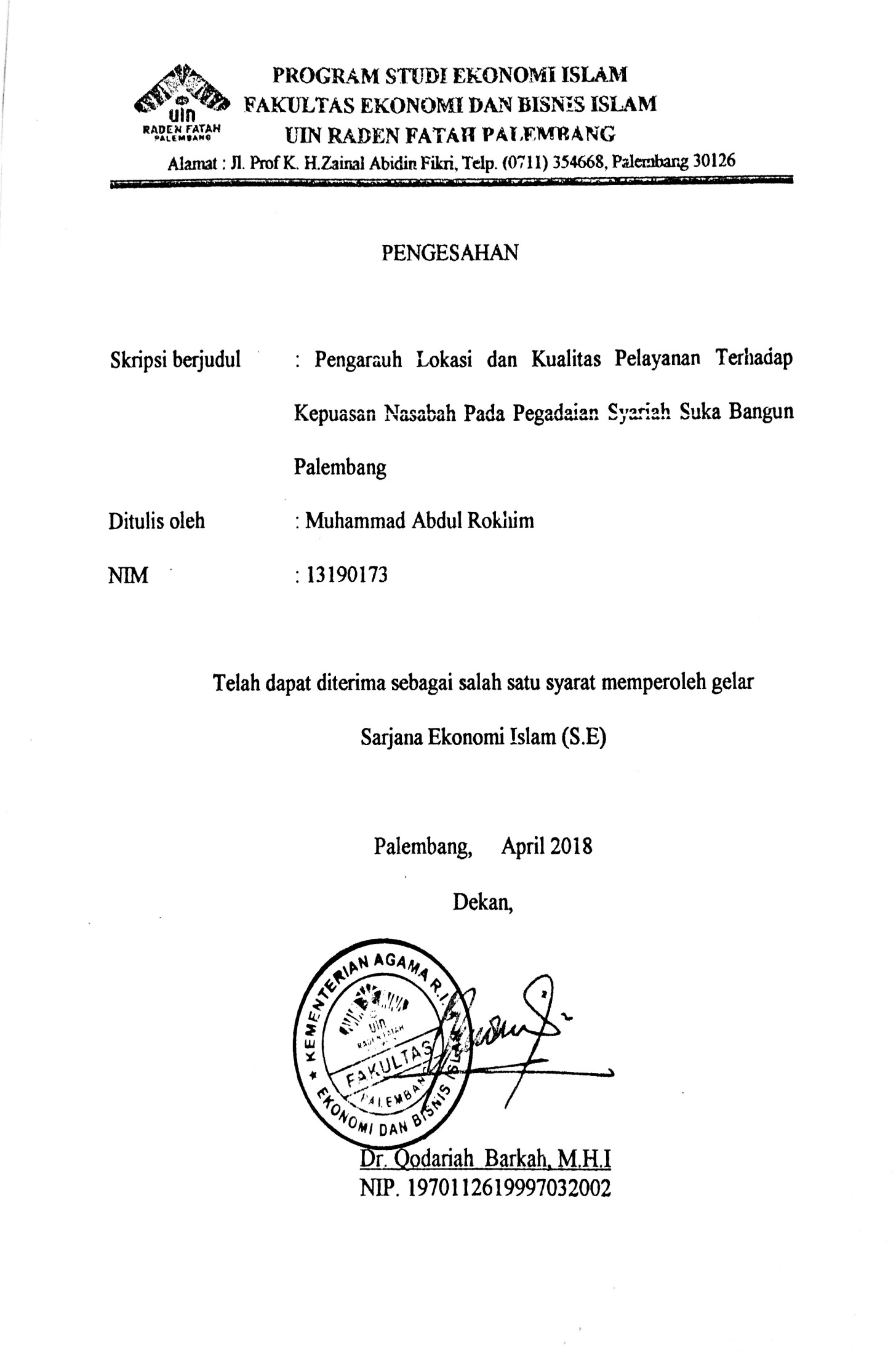
**SKRIPSI**

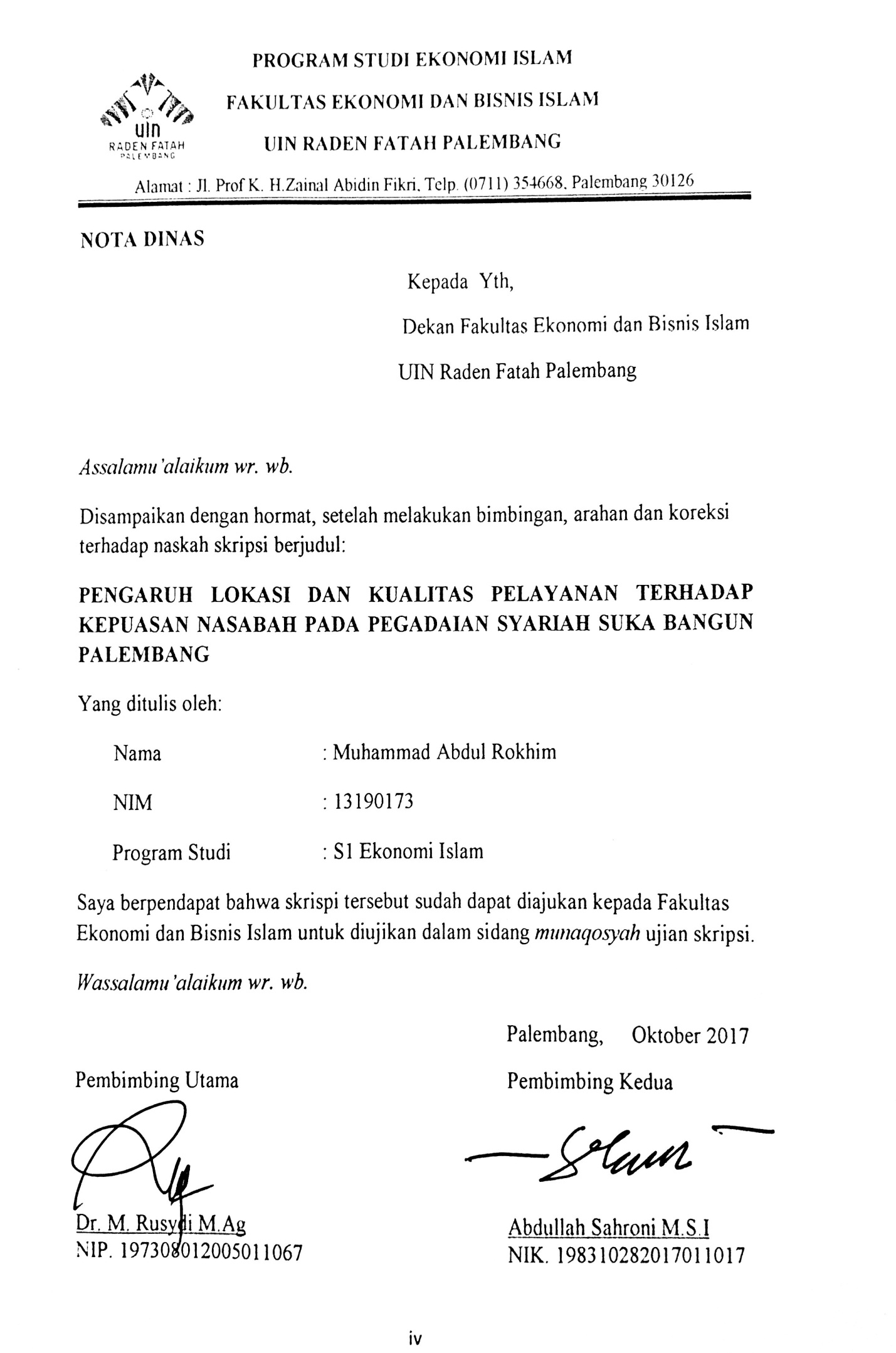
**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang Untuk Memenuhi Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

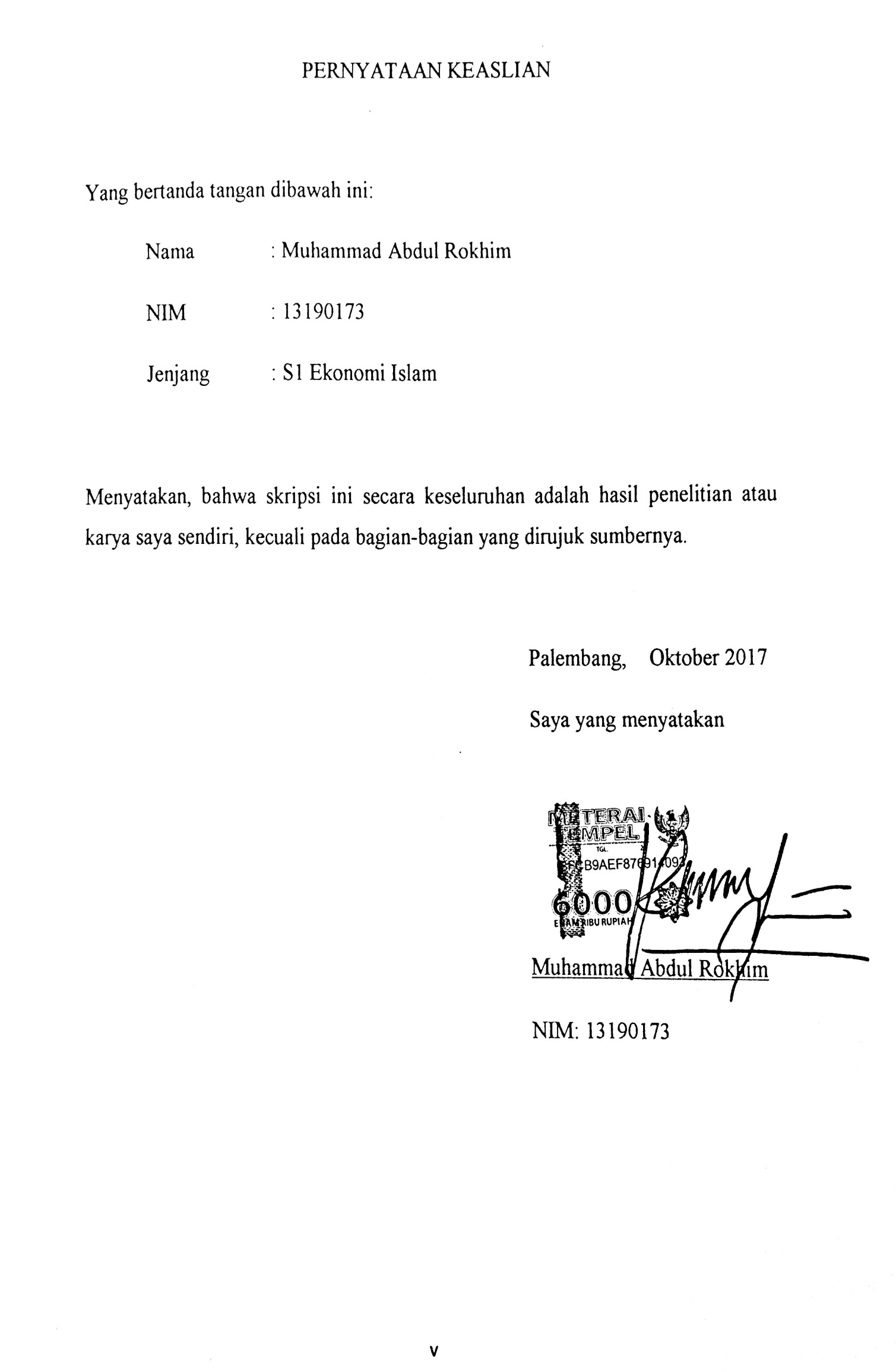
**PALEMBANG**

**2017**

****

****

****

****

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH SUKA BANGUN PALEMBANG**

**Muhammad Abdul Rokhim**

**NIM : 13190173**

**ABSTRAK**

Pegadaian merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat. Berdirinya Pegadaian Syariah ini diharapkan mampu ikut serta dalam membangun perekonomian yaitu mengurangi pengangguran. Berdasarkan pencarian data yang penulis lakukan terhadap pegadaian syariah di Palembang secara garis besar selalu mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Untuk itu, perlu adanya penelitian yang mengkaji apakah lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer melalui daftar pertanyaan (kuisioner) yang telah disiapkan dengan mengambil 30 responden dari nasabah di Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Metode yang dipakai dalam pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan target tertentu, adapun kriteria yang digunakan adalah nasabah yang berhasil ditemui di Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel lokasi (0,874) sedangkan variabel kualiatas pelayanan (0,441) . Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah. Angka *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,61 atau 61% hal ini menunjukkan bahwa sangat besar pengaruh variabel bebas (variabel lokasi dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) sedangkan sisanya 39% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

1. Huruf Konsonan

أ = ' ز = z ق = q

ب = b س = s ك = k

ت = t ش = sy ل = l

ث = ś ص = Ş م = m

ج = j ض = dh ن = n

ح = h ط = ţ و = w

خ = kh ظ = zh ه = h

د = d ع = ‘ ء = `

ذ = ż غ = gh ي = y

ر = r ف = f

**B. Ta` Marbûthah**

1. Ta` marbûthah sukun ditulis h contoh **بِعِبَادَة** ditulis *bi ‘ibâdah.*

2. Ta` marbûthah sambung ditulis t contoh **بِعِبَادَةِ رَبِّهِ** ditulis *bi ‘ibâdat rabbih.*

1. **Huruf Vokal**
   1. Vokal Tunggal

a. Fathah (---) = a

b. Kasrah (---) = i

c. Dhammah (---) = u

* 1. Vokal Rangkap
     1. (اي) = ay
     2. (-- ي) = îy
     3. (او) = aw
     4. (-- و) = ûw
  2. Vokal Panjang

a. (ا---) = â

b. (ي---) = î

c. (و---) = û

**D. Kata Sandang**

Penulisan *al qamariyyah* dan *al syamsiyyah* menggunakan *al-:*

1. *Al qamarîyah* contohnya: ”الحمد“ ditulis *al-ħamd*

2. *Al syamsîyah* contohnya: “ النمل “ ditulis *al-naml*

1. **Daftar Singkatan**

H = Hijriyah

M = Masehi

h. = halaman

swt. = *subħânahu wa ta‘âlâ*

saw. = *sall Allâh ‘alaih wa sallam*

QS. = al-Qur`ân Surat

HR. = Hadis Riwayat

terj. = terjemah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Ketika tidak ada lagi bahu untuk bersandar ingatlah bahwasanya masih ada lantai untuk bersujud, jika Allah SWT. adalah tujuanmu maka dunia akan mengikutimu”

(Muhammad Rokim)

PERSEMBAHAN

* Ayahanda tercinta Sugito dan Ibunda tercinta Rumi terima kasih atas do’a, semangat dan kasih sayang mu selama ini yang tiada terhingga.
* Keluarga besarku (Kak Muhammad Ruslan, Mbak Tri Rahayu, Mas Priyanto, Mbak Supik dan Dek Nur Rosyid). Terima kasih untuk semangat, dukungan, do’a dan kasih sayang kalian selama ini.
* Keponakan-keponakanku tercinta Ro’i Maulana Ahmad, Khoirunisa Maysarah Salsabila, Aqilatul Chabibah yang selama ini selalu menghibur hati dan memberikan warna tersendiri. Semoga kelak bisa menjadi anak-anak yang sholeh dan sholehah, berbakti kepada kedua orang tua, berguna bagi bangsa, negara dan agama.
* Almamaterku

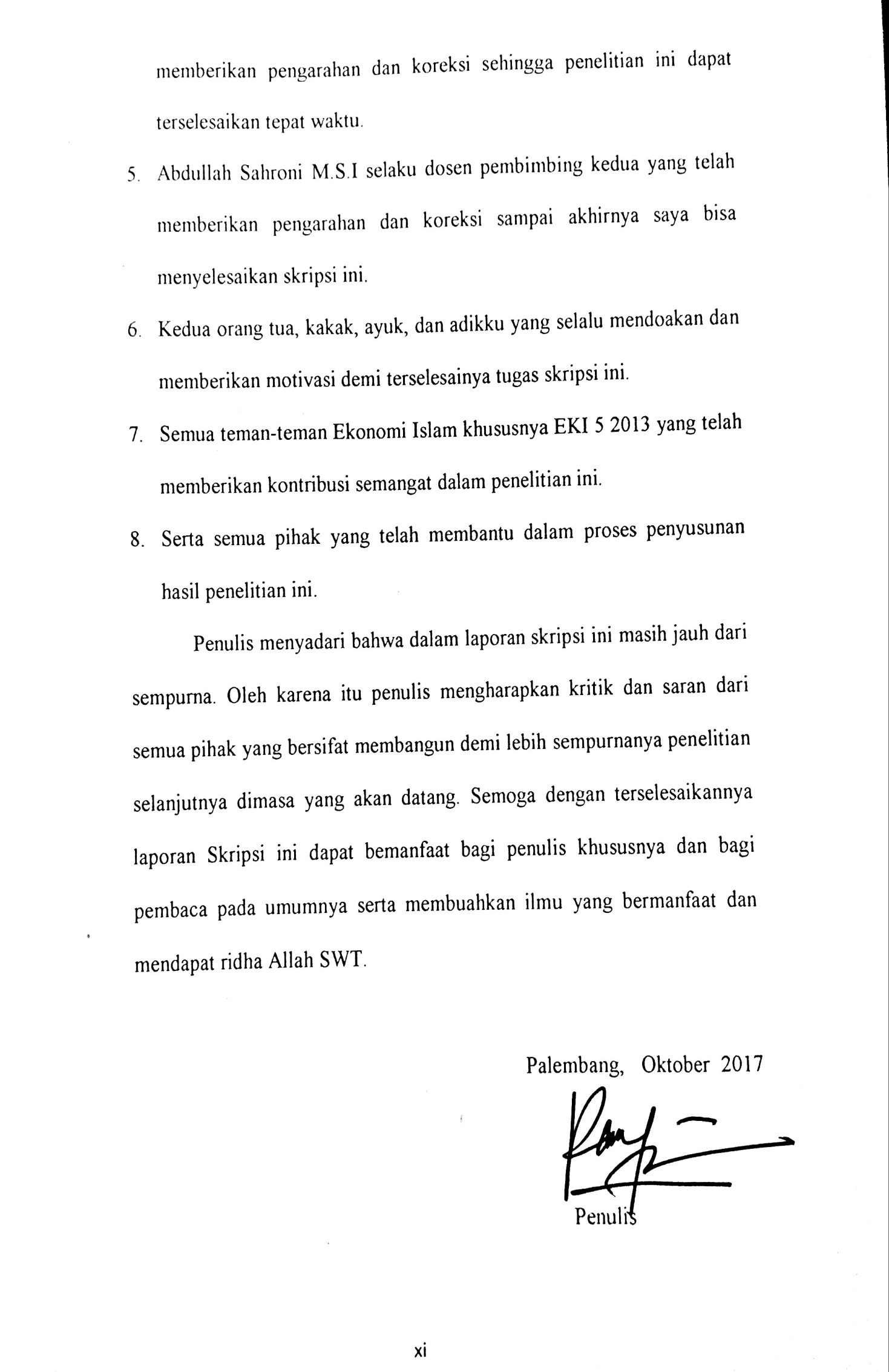
**KATA PENGANTAR**

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta segala hidayah dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang selalu kita harapkan syafa’atnya nanti di *yaumul qiamah* dan tetap menjadi umatnya kelak. Aamiin.

Tidak lepas dari pertolongan dan hidayah-Nya peneliti dapat menyusun laporan ini untuk memenuhi tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang”. Selama penyusunan Skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dukungan semangat dan motivasi dari berbagai pihak demi kelancaran penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof. Drs. H. M. Sirozi, Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
2. Dr. Qodariah Barkah, M.H.I., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Titin Hartini, SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
4. Dr. M. Rusydi M.Ag selaku dosen pembimbing pertama yang telah



**DAFTAR ISI**

**Halaman**

**Halaman Judul i**

**Lembar Pengesahan Skripsi ii**

**Pengesahan Dekan iii**

**Nota Dinas iv**

**Halaman Pernyataan Keaslian v**

**Abstrak vi**

**Pedoman Transliterasi vii**

**Motto Dan Persembahasan ix**

**Kata Pengantar x**

**Daftar Isi xii**

**Daftar Tabel xv**

**Daftar Gambar xvi**

**BAB I PENDAHULUAN**

1. Latar Belakang Masalah 1
2. Rumusan Masalah 7
3. Tujuan Penelitian 8
4. Manfaat Penelitian 8
5. Sistematika Penulisan 9

**BAB II** **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

1. Pegadaian Syariah 11
2. Definisi Pegadaian Syariah 11
3. Landasan Pegadaian Syariah 14
4. Lokasi 16
5. Definisi Lokasi 16
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi 18
7. Kualitas Pelayanan 20
8. Definisi Kualitas Pelayanan 20
9. Dimensi Kualitas Pelayanan 23
10. Tujuan Pelayanan 25
11. Kepuasan Nasabah 27
12. Definisi Kepuasan Nasabah 27
13. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah 28
14. Penelitian Terdahulu 30
15. Pengembangan Hipotesis 37

**BAB III METODE PENELITIAN**

1. Setting Penelitian 42
2. Desain Penelitian 42
3. Jenis dan Sumber Data 43
4. Populasi dan Sampel Penelitian 43
5. Teknik Pengumpulan Data 44
6. Variabel Penelitian 46
7. Instrumen Penelitian 46
8. Teknik Analisis Data 47

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. Gambaran Umum Penelitian 54
2. Sejarah Umum Pegadaian Syariah 54
3. Lokasi 55
4. Visi dan Misi Pegadaian Syariah 56
5. Produk-Produk Pegadaian Syariah 56
6. Deskripsi Responden 58
7. Analisis Profil Responden 58
8. Deskripsi Variabel Penelitian 61
9. Uji Instrumen Penelitian 64
10. Uji Validitas 64
11. Uji Reabilitas 67
12. Uji Asumsi Klasik 68
13. Uji Normalitas 68
14. Uji Multikolinearitas 69
15. Uji Heteroskedastisitas 70
16. Analisis Regresi Linier Berganda 71
17. Uji Hipotesis 73
18. Uji F (Simultan) 73
19. Uji T (Parsial) 74
20. Uji Koefisien Determinasi/Adjusted R Square (R2) 76
21. Pembahasan dan Hasil 77
22. Implikasi Penelitian 85
23. Keterbatasan Penelitian 87

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

1. Kesimpulan 88
2. Saran 89

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Pertumbuhan Nasabah Pegadaian Syariah Palembang 3

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu 34

Tabel 3.1 Klasifikasi Skala Likers 45

Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58

Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Umur 59

Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 60

Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 60

Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Penelitian 61

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Lokasi (X1) 65

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) 66

Tabel 4.8 Hasil Uji Kepuasan Nasabah (Y) 67

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas 68

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas 70

Tabel 4.11 Hasil Analisis Linear Berganda 72

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan) 74

Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial) 75

Tabel 4.14 Hasil Uji Adjusted R Square 76

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas 69

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas 71

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Dengan berkembangnya lembaga-lembaga yang berbasis syari’ah di Palembang, pada saat ini sektor bisnis di bidang usaha seperti perbankan syari’ah dan pegadaian syari’ah yang berkembang semakin pesat. Pegadaian merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada sektor jasa, segmen pasarnya adalah para nasabah yang membutuhkan dana cepat, oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah menjadi hal yang dibutuhkan oleh nasabah.

Pelayanan menjadi hal wajib bagi pihak pegadaian syari’ah untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada setiap nasabahnya. Pelayanan merupakan suatu cara untuk mengetahui seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.[[1]](#footnote-1) Setiap nasabah pastinya menginginkan yang terbaik setiap jasa yang ia dapatkan dan apabila itu terpenuhi maka nasabah akan merasa puas. Jadi, dalam dunia bisnis, kepuasan konsumen atau nasabah adalah menjadi salah satu yang diutamakan, tidak terkecuali dipegadaian syari’ah, karena hal itulah yang akan menentukan berhasil atau gagalnya suatu usaha jasa pegadaian. Nasabah yang merasa tidak puas tentu tidak akan mengulangi lagi memilih jasa yang sama, apalagi didukung dengan adanya pilihan jasa pegadaian lain, sehingga membuat para nasabah memiliki banyak perbandingan untuk memutuskan pilihan pegadaian mana yang diinginkannya.

Sebagai lembaga keuangan syariah yang baru, nasabah tentu memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu untuk menggunakan jasa layanan pegadaian syariah. Hal ini menarik, karena sebagaimana kita ketahui bersama bahwa lembaga pegadaian yang menyelenggarakan transaksi gadai telah berdiri sejak lama di Indonesia, bahkan sejak zaman penjajahan dulu, sedangkan lembaga pegadaian yang menganut prinsip syariah sendiri baru didirikan yaitu sejak Januari 2003.

Karena itulah dikembangkan lembaga-lembaga keuangan syariah yang dapat saling berinteraksi dengan kemudahan memberikan pembiayaan usaha-usaha kecil dan mikro. Lembaga-lembaga keuangan syariah ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), Pegadaian Syariah dan Baitul Mal Wattamwil (BMT). Barangkali unit-unit keuangan syariah kelas mikro inilah yang memberikan keunikan dari perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia. Bersamaan dengan perkembangan produk-produk berbasis syariah yang kian marak di Indonesia, sektor pegadaian syariah juga ikut mengalaminya.[[2]](#footnote-2)

Kondisi ini diperkuat melalui data pertumbuhan nasabah pegadaian syariah di Palembang, semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pegadaian syariah sebagaimana terlihat dalan tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**

**Pertumbuhan Nasabah Pegadaian Syariah**

**Tahun 2015-2016**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Tahun** | **Bulan** | **Jumlah Nasabah** | **Selisish Persentase** |
| 1 | 2015 | Agustus | 1457 |  |
| September | 1588 | 5,07% |
| Oktober | 1671 | 6,07% |
| November | 1780 | 7,66% |
| Desember | 1660 | 5,01% |
|  | 2016 | Januari | 1850 | 6,70% |
| Februari | 1890 | 7,89% |
| Maret | 1950 | 8,08% |
| April | 2197 | 8,50% |
| Mei | 2120 | 7,10% |
| Juni | 2570 | 7,50% |
| Juli | 2138 | 3,38% |
| Agustus | 2457 | 4,76% |
| September | 2560 | 5,02% |
| Oktober | 2568 | 5,20% |
| November | 2570 | 5,40% |
| Desember | 2610 | 6,66% |
| 3 | Jumlah | | 35.636 | 100% |

Sumber : [WWW.PegadaianSyariah.Com](http://WWW.PegadaianSyariah.Com)

Total nasabah dari bulan Agustus tahun 2015 sampai bulan Desember tahun 2016 berjumlah 35.636. Hal ini membuktikan bahwa dari waktu ke waktu pegadaian syariah selalu mengalami perkembangan nasabah yang signifikan.

Berdasarkan pencarian data yang penulis lakukan terhadap pegadaian syariah di Palembang secara garis besar mengalami suatu perkembangan yang sangat signifikan yang dapat dijelaskan dalam tabel dibawah ini :

Pelayanan nasabah *(customer service)* dalam dunia jasa menjadi sesuatu hal yang vital. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud *(intangible)* memerlukan umpan balik *(feed-back)* untuk menilai kualitas layanannya. Kualitas jasa yang merupakan ciri pembentuk kepuasan pelanggan biasanya didapatkan dari pendapat pelanggan. Oleh karena itu pelayanan nasabah menjadi penting karena juga dapat menampung berbagai pendapat pelanggan mulai dari kepuasan sampai pada ketidakpuasan.[[3]](#footnote-3) Sistem Pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tatakrama. Sedangkan tujuan utama memberikan pelayanan yaitu untuk menarik minat nasabah dan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Pelayanan merupakan strategi yang dapat membedakan antara Pegadaian Syariah satu dengan yang lainnya, dengan memberikan pelayanan yang baik tentunya nasabah akan berminat dan merasa puas atau senang sehingga akan tetap menjadi nasabah pada Pegadaian syariah cabang Suka Bangun Palembang tersebut.

Di pegadaian syariah ini sangat banyak terdapat penyedia jasa gadai yang menyediakan berbagai macam fasilitas, serta prodak-prodaknya. Semua itu dilakukan agar nasabah menggunakan jasa gadai yang mereka tawarkan. Pada penelitian ini penulis memilih Pegadaian Syari’ah yang terletak di Jalan Abusamah Suka Bangun Palembang. Pegadaian Syari’ah ini memiliki keunikan yang membedakan dengan pegadaian-pegadaian lain. Hal yang membedakan Pegadaian Syari’ah ini dengan pegadaian lain adalah pelayanan yang secara Islami dan taksiran barang jaminan berlandaskan atas prinsip syari’ah. Sebagai contoh sederhana, semua karyawan di tempat penelitian mengenakan busana yang menutup aurat. Dengan terciptanya pelayanan yang baik, dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara pegadaian dengan nasabah menjadi harmonis, yang dimana akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi pegadaian.

Selain itu Pegadaian syariah sebagai pemberi jasa, idealnya, memilih lokasi yang baik sebagai tempat usahanya, tempat yang disukai baik oleh produsen maupun konsumen. Suatu pernyataan yang berbau guyon mengatakan bahwa tiga kunci sukses bisnis itu adalah “lokasi, lokasi, lokasi”.[[4]](#footnote-4) Faktor ini merupakan hal terpenting yang perlu diperhatikan. Tempat yang strategis, atau dekat dengan konsumen, akan memudahkan konsumen mendatangi tempat di mana mereka bisa menemukan jasa yang dibutuhkan dan sebaliknya.

Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya.[[5]](#footnote-5) Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhububungan dengan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang paling ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/serendah mungkin. Lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing, yang sudah barang tentu menyebabkan kerugian. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlakharus dipenuhi oleh setiap perusahaan.

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Jadi penentuan lokasi harus diusahakan agar konsumen selalu dekat dan strategis. Penentuan lokasi menjadi sangat vital, karena kesalahan penentuan lokasi dapat menyebabkan kegagalan perusahaan. Diusahakan agar lokasi mudah dijangkau, strategis, dekat dengan konsumen dan mudah diakses.

Mengingat di Palembang sendiri banyak terdapat penyedia jasa pegadaian, akan tetapi yang memposisikan diri sebagai penyedia jasa pegadaian yang berbasis syari’ah, belumlah terhitung banyak salah satu pegadaian yang berbasis Syariah adalah Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang yang terletak di Jalan Abusamah. Dari berbagai uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas masalah **“Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang”.**

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah :

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang?
3. Bagaimana pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang?
4. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini terutama bertujuan untuk :

* 1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.
  2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.
  3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

1. **Manfaat Penelitian**
2. **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris menyangkut kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah.

1. **Manfaat Praktis**
2. Bagi Penulis

Penelitian ini menjadi salah satu sarana bagi penulis untuk menyalurkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, dan menambah pengetahuan penulis dalam pengimplementasian pemasaran dan pengembangan bisnis.

1. Bagi Akademisi

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi sumber penelitian sejenis dan dapat dijadikan perbandingan dari penelitian yang ada. Penelitian ini juga dapat memperluasilmu pengetahuan dan pengembangan pemasaran dan bisnis mahasiswa, umumnya untuk mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dan khususnya bagi mahasiswa Ekonomi Islam dalam mengaplikasikan dan mempraktekkan pembelajaran ekonomi Islam saat perkuliahan.

1. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi, ilmu pengetahuan dan referensi untuk dapat diambil manfaatnya oleh para penulis.

1. **Sistematika Penulisan**

Penelitian ini disusun dengan sistematika yang disusun secara berurutan agar dapat diperoleh pemahaman yang runtut, sistematis, dan jelas. Kerangka sistematika pembahasan terdiri atas lima bab, yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendasari diadakannya penelitian. Rumusan masalah merupakan pertanyaan mengenai keadaan yang memerlukan jawaban penelitian. Tujuan penelitian berisi tentang hal yang ingin dilakukan. Kontribusi penelitian merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian. Sistematika penulisan mencakup uraian singkat pembahasan materi dari tiap bab.

**BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

Bagian ini mengkaji teori yang digunakan dalam penelitian untuk mengembangkan hipotesis kerangka berfikir, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu. Arti penting pada bab ini adalah untuk memperoleh pemahaman dan kerangka yang membangun teori guna dilakukannya penelitian ini.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel-variabel penelitian, dan teknik analisis data berupa alat analisis yang digunakan dalam penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini terdiri dari gambaran umum obyek penelitian, data deskriptif, analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V KESIMPULAN**

Bab ini memaparkan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran dari analisis data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

1. **Pegadaian Syariah**
2. **Definisi Pegadaian Syariah**

Sebagaimana kita ketahui dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata Pasal 1150 yang menyatakan bahwa gadai adalah suatu hak yang diperoleh seorang berpiutang atas suatu barang bergerak, yang diserahkan kepadanya oleh seorang berutang atau seorang lain atas namanya, dan yang memberikan kekuasaan kepada si berpiutang itu untuk mengambil pelunasan dari barang tersebut secara di dahulukan dari pada orang-orang untuk melelang barang tersebut dan biaya digadaikan, biaya-biaya mana yang harus di dahulukan.[[6]](#footnote-6)

Selain itu disebutkan pula oleh Kasmir dalam bukunya ”Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya” secara umum pengertian usaha gadai bahwaUsaha gadai adalah kegiatan menjaminkan barang–barang berharga kepada pihak tertentu, guna memperoleh sejumlah uang dan barang yang dijaminkan akan ditebus kembali sesuai dengan perjanjian antara nasabah dengan lembaga gadai.[[7]](#footnote-7)

Gadai dalam perspektif Islam disebut dengan istilah *ar-rahn*, kata *ar-rahn* secara etimologi berarti tetap, berlangsung dan menahan. maka dari segi bahasa *ar-rahn* bisa diartikan sebagai menahan sesuatu dengan tetap. *Ar-rahn* yaitu menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima.[[8]](#footnote-8)

Pengertian *Rahn (Ar-Rahnu)* adalah menjadikan barang yang mempunyai nilai harta (nilai ekonomis) sebagai jaminan hutang, hingga pemilik barang yang bersangkutan boleh mengambil hutang. *Ar-Rahn* berarti juga gadai, yaitu kontrak atau akad penjaminan dan mengikat saat hak penguasaan atas barang jaminan berpindah tangan. Dalam kontrak tersebut, tidak terjadi pemindahan kepemilikan atas barang jaminan. Atau dengan kata lain, merupakan akad penyerahan barang dari nasabah kepada bank sebagai jaminan sebagian atau seluruhnya atas hutang yang dimiliki nasabah. Dengan demikian, pemindahan kepemilikan atas barang hanya terjadi dalam kondisi tertentu sebagai efek atau akibat dari kontrak atau perjanjian.[[9]](#footnote-9)

Dalam istilah bahasa Arab, gadai diistilahkan dengan *al-rahn* berarti al-tsubut dan al-habs yaitu penetapan dan penahanan. Menurut istilah *syara’*, yang dimaksud dengan *rahn* adalah akad yang objeknya menahan barang terhadap sesuatu hak yang mungkin diperoleh bayaran dengan sempurna darinya. Gadai syariah *(rahn)* merupakan menahan salah satu harta milik nasabah *(rahin)* sebagai barang jaminan *(marhun)* atas hutang atau pinjaman *(marhun bih)* yang diterimanya. *Marhun* tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai *(murtahin)* memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.[[10]](#footnote-10) *Rahn* (pengadaian) adalah menjadikan barang yang boleh dijual sebagai kepercayaan hutang dimana akan dibayar dari padanya jika terpaksa tidak bisa melunasi hutang tersebut. Sedangkan transaksi pengadaian sah dengan adanya *ijab* dan *qabul.[[11]](#footnote-11)*

Berdasarkan definisi di atas, disimpulkan bahwa *rahn* itu merupakan suatu akad utang piutang dengan menjadikan barang yang memiliki nilai harta menurut pandangan syara’ sebagai jaminan marhun bih, sehingga *rahin* boleh mengambil *marhun bih*. Sedangkan Pegadaian Syariah adalah Suatu badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai ijin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan syariah berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai secara *syar’i*. Pinjaman dengan menggadaikan *marhun* sebagai jaminan *marhun bih* dalam bentuk *rahn* itu dibolehkan, dengan ketentuan bahwa *murtahin*, dalam hal ini Pegadaian Syariah, mempunyai hak menahan *marhun* sampai semua *marhun bih* dilunasi.[[12]](#footnote-12)

1. **Landasan Pegadaian Syariah**
2. Al- Qur’an

Landasan konsep pegadaian syari’ah juga mengacu kepada syari’at Islam yang bersumber dari Al Quran dan Hadist Nabi Muhammad SAW. Adapun dasar hukum yang dipakai adalah Surat Al-Baqarah Ayat 283 :

وَإِن كُنتُمۡ عَلَىٰ سَفَرٖ وَلَمۡ تَجِدُواْ كَاتِبٗا فَرِهَٰنٞ مَّقۡبُوضَةٞۖ فَإِنۡ أَمِنَ بَعۡضُكُم بَعۡضٗا فَلۡيُؤَدِّ ٱلَّذِي ٱؤۡتُمِنَ أَمَٰنَتَهُۥ وَلۡيَتَّقِ ٱللَّهَ رَبَّهُۥۗ وَلَا تَكۡتُمُواْ ٱلشَّهَٰدَةَۚ وَمَن يَكۡتُمۡهَا فَإِنَّهُۥٓ ءَاثِمٞ قَلۡبُهُۥۗ وَٱللَّهُ بِمَا تَعۡمَلُونَ عَلِيمٞ ٢٨٣

Artinya “ *Dan jika kamu dalam perjalanan (dan bermu´amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) menyembunyikan persaksian. Dan barangsiapa yang menyembunyikannya, maka sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.[[13]](#footnote-13)*

1. Sumber hukum yang berasal dari Hadits

*“Dari Aisyah r.a berkata bahwa Rasul bersabda: Rasulullah SAW pernah membeli makanan dari seorang yahudi dengan harga yang diutang, sebagai tanggungan atas utangnya itu Nabi menyerahkan baju besinya”.* (H.R Bukhari)

1. *Ijma*

Para ulama sepakat untuk memperbolehkan akad *rahn*, dikarenakan Al-Qur’an sudah menganjurkan untuk memberikan barang jaminan dan juga pernah dilakukan secara langsung oleh Rasulullah, disamping itu juga tidak ada dalil yang mengharamkan.

Dalam perkembangannya, pegadaian syari’ah adalah unit syari’ah dari perum pegadaian, suatu lembaga keuangan milik pemerintah yang menjalankan usahanya dengan sistem gadai. Lahirnya pegadaian syari’ah sebenarnya berawal dari fatwa MUI tanggal 16 desember 2003 mengenai Ijma ulama tentang keharaman riba yang di tetapkan pada keputusan fatwa MUI Nomer 1/2004 tentang riba. Fatwa ini memperkuat terbitnya PP 10/1990 yang menerangkan bahwa Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Jawatan (PERJAN) Pegadaian Menjadi Perusahaan Umum (PERUM) Pegadaian, misi yang diemban oleh pegadaian adalah untuk mencegah praktek riba, dan misi ini tidak berubah hingga diterbitkannya PP 10/2000 yang dijadikan landasan kegiatan usaha perum pegadaian hingga sekarang.[[14]](#footnote-14)

Ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan oleh pegadaian, prinsip operasional gadai syari’ah yaitu:[[15]](#footnote-15)

1. Proses cepat yaitu nasabah mendapatkan pinjaman yang hanya membutuhkan waktu singkat.
2. Mudah caranya yaitu nasabah cukup membawa barang yang akan digadaikan dengan bukti kepemilikan dan bukti identitas ke kantor pegadaian syari’ah.
3. Jaminan keamanan atas barang yang diserahkan standar keamanan dan diasuransikan.
4. Pinjaman yang optimum yaitu mengusahakan pemberian pinjaman hinggga 90 % dari nilai harga barang.
5. **Lokasi**
6. **Definisi Lokasi**

Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Jadi penentuan lokasi harus diusahakan agar konsumen selalu dekat dan strategis. Penentuan lokasi menjadi sangat vital, karena kesalahan penentuan lokasi dapat menyebabkan kegagalan perusahaan. Diusahakan agar lokasi mudah dijangkau, strategis, dekat dengan konsumen dan mudah diakses.

Lokasi merupakan letak atau posisi perusahaan pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Memilih lokasi merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhanya. Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha.[[16]](#footnote-16)

Pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik pelanggan. Pertama yang dilakukan adalah memilih daerah dimana toko akan dibuka, kemudian kota tertentu, baru kemudian lokasinya.[[17]](#footnote-17) Lokasi adalah tempat toko yang paling mennggantungkan yang dapat dilihat dari jumlah hal khalayak yang melewati toko itu setiap harinya, presentasi khlayak yang mampir ke toko. Presentasi mampir dan kemudian membeli serta nilai pembelian perpenjualan.

Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan keputsan pembelian konsumen. Lokasi yang paling ideal bagi peusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/serendah mungkin. Lokasi yang salah, akan menyebabkan operasi perusahaan tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing, yang akan menyebabkan kerugian pada suatu barang atau produk. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap perusahaan.

Tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhububungan dengan keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang paling ideal bagi perusahaan adalah lokasi dimana biaya operasinya paling rendah/serendah mungkin. Lokasi yang salah, akan menyebabkan biaya operasi perusahaan tinggi. Sebagai akibatnya, tidak akan mampu bersaing, yang sudah barang tentu menyebabkan kerugian. Oleh karena itu lokasi tempat usaha yang tepat merupakan tuntutan yang mutlak harus dipenuhi oleh setiap perusahaan.

Untuk itu, dalam proses pemilihan lokasi perusahaan pengusaha harus mempertimbangkan keputusannya dengan benar agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian harinya. Ada dua langkah yang perlu diperhatikan dalam memilih sebuah lokasi usaha yaitu sebagai berikut:[[18]](#footnote-18)

1. Menentukan masyarakat yang akan dituju atau dilayani.
2. Memilih lokasi disekitar masyarakat tersebut.
3. **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi**

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan lokasi usaha di antaranya adalah :

1. Tempat merupakan komitmen sumber daya jangka panjang yang dapat mengurangi fleksibilitas masa depan usaha.
2. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi ekonomi sehingga ia dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha.
3. Lingkungan setempat dapat saja berubah setiap waktu, jika nilai lokasi memburuk, maka lokasi usaha harus dipindahkan atau ditutup.[[19]](#footnote-19)

Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik nasabah atau pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor:[[20]](#footnote-20)

1. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas *(traffic)* di mana ada 2 hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
4. Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya *impulse buying.*
5. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulance.
6. Tempat parkir yang luas dan aman.

Variabel lokasi memiliki beberapa indikator diantaranya sebagai berikut:[[21]](#footnote-21)

1. Dekat dengan perkotaan.
2. Dekat dengan pasar dan konsumen
3. Keterjangkauan lokasi
4. Ketersedian lahan parkir.

Ada beberapa karakteristik dari lokasi yang bisa mempengaruhi badan usaha yaitu :

1. Alur lalu lintas yang melewati lokasi tersebut dan aksesibilitas menuju lokasi tersebut.
2. Karateristik dari lokasi
3. Biaya yang terkait dengan pemilihan lokasi tersebut.[[22]](#footnote-22)
4. **Kualitas Pelayanan**
5. **Definisi Kualitas Pelayanan**

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.[[23]](#footnote-23)

Kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu.[[24]](#footnote-24)

Pelayanan merupakan suatu cara untuk membandingkan persepsi layanan yang diterima nasabah dengan layanan yang sesungguhnya. Apabila layanan yang diharapkan nasabah lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima pelanggan maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan nasabah lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima nasabah, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.[[25]](#footnote-25)

Dengan kata lain, penilaian pelayanan adalah sama dengan sikap individu secara umum terhadap kinerja perusahaan. Selanjutnya mereka menambahkan bahwa penilaian kualitas pelayanan adalah tingkat dan arah perbedaan antara persepsi dan harapan pelanggan. Adapun prinsip-prinsip pelayanan, antara lain sebagai berikut:[[26]](#footnote-26)

1. Melayani itu ibadah dan karenanya harus ada rasa cinta dan semangat yang membara di dalam hati pada setiap tindakan pelayanan Anda.
2. Memberi dahulu dan anda akan menerima ROSE *(Return on Service Excellent).*
3. Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.
4. Bahagiakanlah orang lain terlebih dahulu kelak anda akan menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang anda harapkan.
5. Menghargai orang lain sebagaimana diri anda ingin dihargai.

Sebelum melakukan transaksi konsumen memiliki *superior need* sebagai berikut :[[27]](#footnote-27)

1. Kebutuhan informasi produk.
2. Kebutuhan informasi tehnik.
3. Kebutuhan status dan citra.
4. Kebutuhan kepercayaan.
5. Kebutuhan kecocokan.
6. Kebutuhan untuk menanyakan hal khusus.
7. **Dimensi Kualitas Pelayanan**

Dalam salah studi mengenai SERVQUAL atau Dimensi Kualitas Pelayanan mengidentifikasikan lima faktor utama yang dipergunakan konsumen dalam menilai atau menentukan kualitas layanan. Kelima faktor tersebut adalah sebagai berikut ;[[28]](#footnote-28)

1. *Tangibles*

Merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada nasabah. Pentingnya dimensi tangibles ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Komponen-komponen dari dimensi tangibles meliputi penampilan fisik seperti gedung, ruangan *front-office*, tempat parkir, kebersihan, kerapian, kenyamanan ruangan, dan penampilan karyawan.

1. *Reliability*

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi *reliability* ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

1. *Responsiveness*

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

1. *Assurance*

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

1. *Emphaty*

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses *(acces)* yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dari kelima dimensi yang ada, penulis mengambil dua dimensi yang akan digunakan sebagai indikator. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. **Tujuan Pelayanan**

Sama halnya dengan suatu organisasi atau perusahaan mempunyai suatu tujuan tertentu, begitu juga pemberian pelayanan juga mempunyai tujuan umum antara lain:[[29]](#footnote-29)

1. Tujuan bagi perusahaan.

Bagi suatu perusahaan pemberian pelayanan bertujuan untuk :

1. Meningkatkan hasil
2. Menghindari perputaran tenaga kerja
3. Dapat meningkatkan semangat kerja kepada karyawan
4. Bisa memberikan motivasi dan kesetiaan karyawan terhadap perusahaan
5. Mengikut sertakan karyawan dalam memecahkan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan
6. Mengurangi keluhan-keluhan
7. Menambah perasaan aman.Memperbaiki sikap karyawan yang menguntungkan terhadap pekerjaan dan lingkungan.
8. Tujuan bagi karyawan perusahaan.
9. Dapat memberikan kenikmatan melalui fasilitas yang dengan cara lain tidak tersedia
10. Memberikan kepuasan kerja
11. Menghindari perasaan tidak aman
12. Memotivasi keinginan untuk kemajuan perseorangan
13. Memberikan kesepakatan tambahan untuk memperoleh status
14. Bagi masyarakat pengguna layanan

Pelayanan yang mudah ramah, cepat, cermat, tepat waktu serta tidak berbelit-belit yang diberikan oleh suatu perusahaaan merupakan suatu yang esensial bagi masyarakat pengguna layanan yang tidak memungkinkan untuk mendapatkan pelayanan kesejahteraan yang mahal.

Dalam mengukur kualitas pelayanan yang baik mengacu pada 5 indikator yaitu:[[30]](#footnote-30)

1. *Tangibles* atau ketampakan fisik, artinya petampakan fisik dari gedung, peralatan, pegawai, dan fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh *providers*.
2. *Reliability* atau reabilitas adalah kemampuan untuk menyelenggarakan pelayanan yang dijanjikan secara akurat.
3. *Responsiveness* atau responsivitas adalah kerelaan untuk menolong *customers* dan menyelenggarakan pelayanan secara ikhlas.
4. *Assurance* atau kepastian adalah pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan kepada *customers*.
5. *Empathy* atau perlakuan atau perhatian pribadi yang diberikan oleh profiders kepada *customers.*
6. **Kepuasan Nasabah**
7. **Definisi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Nasabah merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, nasabah memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapanya.[[31]](#footnote-31)

Dari definisi diatas kita bisa melihat bahwa kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atau kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka nasabah akan sangat puas atau senang.

1. **Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah yaitu :[[32]](#footnote-32)

1. Sistem keluhan dan saran *(Costumer service),* perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi nasabahnya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen.
2. Survei kepuasan nasabah, sesekali perusahaan harus melakukan servei kepuasan nasabah terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut. Survei ini dapat dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner oleh karyawan perusahaan kepada para nasabah.
3. Pembelanja siluman *(Ghost Shopping),* metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan *(ghost shopper)* untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan pesaing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing sehingga dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap kualitas pelayanan perusahaan itu sendiri.
4. Analisa pelanggan yang hilang, metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungi kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi diperusahaan tersebut.

Kunci untuk mempertahankan nasabah adalah dengan memberikan kepuasan terhadap nasabah. Indikator kepuasan nasabah dapat dilihat dari:[[33]](#footnote-33)

1. *Re-purchase* adalah minat berkunjung kembali, dimana nasabah tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk menggunakan barang / jasa.
2. Kesesuaian harapan*,* dalam hal ini nasabah akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain, karena pelayanan jasa yang diberikan sesuai dengan harapan calon nasabah.
3. Merekomendasikan kepada orang lain, dalam hal ini nasabah akan mengajak orang lain untuk menggunakan jasa pegadaian syariah yang dianggap baik dalam pelayanan jasa.
4. **Penelitian Terdahulu**

Yalisma Dewi dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara,Yogyakarta)”. Hasil dari penelitian ini bahwa nilai taksiran, promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.[[34]](#footnote-34)

Penelitian yang dilakukan oleh Tin Agustina Karnawati (2010) membahas tentang hasil metedologi *‘’Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Malang’’.* Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi heteroskedasitisitas, multikolinieritas, dan autokorelasi serta analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan R2 (Koefesien determinasi). Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi masakan Padang di rumah makan Padang sederhana di Kota Malang. Tiga variabel bebas tersebut yaitu produk, harga dan promosi sangat berpengaruh seacara simultan dan positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel lokasi berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.[[35]](#footnote-35)

Penelitian yang dilakukan oleh Annafi Masruri dengan judul skripsi “Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya”. Hasil dari penelitian tersebut mengindikasikan bahwa naik turunnya kepuasan pelanggan pengguna jasa pengiriman pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) cabang Surabaya tergantung oleh naik turunnya tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.[[36]](#footnote-36)

Penelitian Sonya Mahanani dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat”. Berdasarkan semua hasil pengujian kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.[[37]](#footnote-37)

Penelitian M Guntur dengan judul “Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Surakarta”. Variabel Dimensi Quality yaitu emphaty, tangible, assurance, dan reability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pdam Kota Surakarta.[[38]](#footnote-38)

Penelitian yang dilakukan oleh Windarti dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang”, dimana penelitian ini menggunakan memasangkan kualitas pelayanan jasa dengan kepuasan konsumen dan apa pengaruh kualitas pelayanan jasa tersebut terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain penelitian ini memiliki variabel tergantung dan variabel bebas dimana variabel tergantungnya adalah kepuasan konsumen dan variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan.[[39]](#footnote-39)

Penelitian yang dilakukan oleh Satriyanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Konsumen Bank Muamalat Syariah di Surabaya”. Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yakni kualitas layanan, kepuasan konsumen dan citra bank untuk dilihat pengaruhnya pada variabel tergantung yaitu loyalitas konsumen.[[40]](#footnote-40)

Penelitian yang dilakukan oleh Idayanti Nursyamsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makasar”. Dengan variabel Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Nasabah (dependen). Dengan hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphatysecara bersama-sama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah KCA Perum Pegadaian Cabang Makasar.[[41]](#footnote-41)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adytomo yang berjudul “Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.[[42]](#footnote-42)

Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Jessica dan Maria Istiningsih “Pengaruh Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya”. Hasil analisis uji t menujukan bahwa variabel produk dan harga artinya secara parsial produk dan harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Sedangkan variabel lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu.[[43]](#footnote-43)

**Tabel 2.1**

**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Nama (Tahun) | Judul | Temuan Penelitian | Perbedaan Penelitian |
| 1 | Yalisma Dewi (2013) | Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah  Menggunakan Jasa  Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara,Yogyakarta) | Penelitian ini membahas mengenai nilai taksiran dan promosi keputusan nasabah | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 2 | Tin Agustina Karnawati (2010) | Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Sederhana di Kota Malang. | Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan pengaruh produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi masakan Padang di rumah makan Padang sederhana di Kota Malang. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 3 | Annafi Masruri (2013) | Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. | Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 4 | Sonya Mahanani (2010) | Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat. | Penelitian ini hanya membahas mengenai kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 5 | M Guntur (2015) | Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Surakarta | Penelitian ini hanya membahas mengenai service quality terhadap kepuasan pelanggan. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 6 | Windarti (2012) | Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang. | Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh pelayanan terhadap konsumen. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 7 | Satriyanti (2012) | Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Konsumen Bank Muamalat Syariah di Surabaya. | Penelitian ini membahas mengenai layanan dan kepuasan konsumen pada perbankan Muamalat. | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 8 | Idayanti Nursyamsi (2008) | Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit  Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di  Makasar. | Penelitian ini hanya membahas mengenai Kualitas Pelayanan (independen),  Kepuasan Nasabah  (dependen) | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 9 | Nadia Jessica dan  Maria Istiningsih  (2010) | Pengaruh Produk,Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya | Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh produk, pelayanan, harga di Hotel JW Marriot Surabaya | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |
| 10 | Adytomo  (2010) | Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang | Penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di hotel Grasia Semarang | Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah |

Sumber : Data dikembangkan oleh penulis

1. **Pengembangan Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara/kesimpulan yang diambil untuk menjelaskan permasalahan yang di ajuakan dalam penelitian ini yang sebenarnya masih harus diuji secara studi empiris.[[44]](#footnote-44) Hipotesis yang dimaksud merupakan ramalan atau jawaban sementara yang mungkin masih bisa berubah-ubah kebenarannya bisa salah dan bisa juga benar. Dengan mengacu pada dasar pemikiran yang bersifat teoritis dan berdasarkan studi empiris, yang pernah dilakukan dengan penelitian terdahulu, penelitian ini maka akan disusun rumusan hipotesis dari landasan teoritis dan penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah

Respon kepuasan nasabah dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan demikian semakin strategis lokasi maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adytomo yang berjudul *“Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”.* Hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Mengemukakan bahwa hasil penelitian ini variabel Lokasi memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah.[[45]](#footnote-45)

Dari dasar teoritis dalam penelitian terdahulu diatas, dapat ditarik hipotesis penelitian sebagai berikut:

H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang**.**

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kretivitas pelayanan pegawai. Untuk mewujudkan suatu pelayanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak pegadaian harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas pelayanan. Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap pelayanan yang dirasakan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegadaian dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki pegadaian, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap, dan jaminan nasabah, akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegadaian, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap pelayanan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Idayanti Nursyamsi yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makasar”.* Dengan variabel Kualitas Pelayanan *(independen),* Kepuasan Nasabah *(dependen).* Dengan hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty* secara bersama-sama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah KCA Perum Pegadaian Cabang Makasar.[[46]](#footnote-46)

H0 : Tidak Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

1. Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Lokasi merupakan suatu yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, karena dengan lokasi yang bagus akan mempermudah konsumen dalam menganalisa kebutuhan akan produk. Menurut Kotler, pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik calon nasabah. Pertama yang dilakukan adalah memilih daerah dimana badan usaha akan dibuka, kemudian kota tertentu, baru kemudian lokasinya.[[47]](#footnote-47)

Sedangkan pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen yaitu, Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihkan harapan pelanggan, Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan, Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (Kotler, 2002:83).[[48]](#footnote-48)

Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Jessica dan Maria Istiningsih *“Pengaruh Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya”*. Hasil analisis uji t menujukan bahwa variabel produk dan harga artinya secara parsial produk dan harga tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Sedangkan variabel lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu.[[49]](#footnote-49)

H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan antara lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

1. **Setting Penelitian**

Dalam penelitian ini, yang menjadi lokasi penelitian yaitu Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Berdasarkan dari lokasi penelitian Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang, menunjukkan bahwa banyaknya masyarakat yang menjadi nasabah. Objek penelitian ini terletak di Jln. Abusamah Suka Bangun Kota Palembang. Alasan peneliti mengambil objek ini, yaitu :

1. Adanya warga yang membutuhkan pinjaman uang.
2. Peneliti tertarik untuk meneliti di objek penelitian tersebut.
3. **Desain Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis melakukan analisis untuk melihat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Pendekatan kasus di Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang, menggunakan desain kuantitatif yaitu menggunakan instrumen dan reliabel serta analisis statistik. Pada tahap pertama penulis melakukan dengan cara mengumpulkan data dan bahan yang diperlukan terlebih dahulu, dan pada tahap berikutnya penulis mengolah dan membahas sampai pada suatu kesimpulan yang pada akhirnya dapat dibuat suatu laporan penelitian.

1. **Jenis dan Sumber Data**
2. **Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yang diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme dan digunakan untuk meneliti populasi sampel tertentu.[[50]](#footnote-50) Jenis data yang penulis ambil disini, berupa hasil observasi dan kuisioner dari para nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

1. **Sumber Data**

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pihak pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.[[51]](#footnote-51)
2. Data sekunder adalah data yang didapat dari sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.[[52]](#footnote-52)
3. **Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang dan dilihat dari jumlahnya termasuk dalam populasi yang tidak diketahui.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. [[53]](#footnote-53) Teknik yang dilakukan dalam penarikan sampel penelitian ini adalah *accidental sampling.* Teknik penarikan sampel ini dapat terpiliih karena berada pada waktu, situasi dan tempat yang tepat. *Accidental 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 itu cocok sebagai sumber data.[[54]](#footnote-54)

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam kegiatan penelitian sangatlah penting karena berkaitan dengan tersedianya data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian, sehingga kesimpulan yang diambil adalah benar. Oleh karena itu dalam penelitian, metode pengumpulan data harus dilakukan dengan tepat. Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer yang pengumpulannya dilakukan melalui kuisioner dan dokumentasi.

1. Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.[[55]](#footnote-55) Setelah data terkumpul, dilakukan proses *editing* dalam dua tahap, yaitu: tahap pertama pada kuisioner sebelum datanya di-*entry* untuk dianalisis dengan terlebih dahulu diberikan skor item jawaban pertanyaan kuisioner dengan skala Likert yaitu dengan menggunakan lima angka penilaian: 1. Sangat Setuju (SS), 2. Setuju (S), 3. Netral (N), 4. Tidak Setuju (TS), dan 5. Sangat Tidak Setuju (STS).[[56]](#footnote-56)
2. Dokumentasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari dokumen atau arsip-arsip dari perusahaan ataupun data-data yang berkaitan dengan keperluan penelitian berupa laporan data objektif.

**Tabel 3.1**

**Klasifikasi Skala Likert**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Klasifikasi** | **Skor** |
| 1 | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | Setuju | 4 |
| 3 | Netral | 3 |
| 4 | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Hasan[[57]](#footnote-57)

1. **Variabel-Variabel Penelitian**
2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas atau (*Independent Variable*) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya varibel dependen (terikat).[[58]](#footnote-58) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah lokasi dan kualitas pelayanan.

1. Variabel Dependen *( Dependent Variable)*

Variabel Dependen atau *(Dependent Variable)* merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[[59]](#footnote-59) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah.

1. **Instrumen Penelitian**
2. **Uji Validitas**

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.[[60]](#footnote-60)

1. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang di gunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut di ulang. Dalam program SPSS 16,00 akan dibahas untuk uji yang sering digunakan penelitian mahasiswa adalah dengan metode Cronbach’s Alpha. Metode Cronbach’s Alpha sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala rentangan ( > 60).[[61]](#footnote-61)

1. **Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu data-data yang diperoleh kemudian dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan metode yang telah ditetapkan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut maka pemilihan tes statistik yang akan dilakukan adalah regresi linier berganda.

Perangkat lunak yang digunakan adalah *software* SPSS 16.00 yaitu dengan menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data. Dalam proses analisisnya, teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ditempuh dalam beberapa teknik analisis data yaitu:

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas**

Tujuan dari uji normalitas adalah sebagai berikut: “Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.[[62]](#footnote-62)

Dasar pengambilan untuk uji normalitas data adalah:[[63]](#footnote-63)

1. Jika data menyebar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
3. **Uji Multikolineritas**

Multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas diguanakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

Dikatakan terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas (X1, X2, dan X3) lebih besar dari 0,60 (pendapat lain: 0,50 dan 0,90). Dikatakan tidak terjadi *multikolinieritas* jika koefisien korelasi antara variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 (r < 0,60). Jika nilai tolerance < 0,10 dan VIF > 10 maka terjadi gejala *multikolinierita* yang tinggi.[[64]](#footnote-64) Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

1. **Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu Uji Spearman’s rho, Uji Glejser, Uji Park, dan melihat pola grafik regresi. Jika signifikansi korelasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.[[65]](#footnote-65)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. **Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua variabel atau lebih variabel independen (X1, X2,....Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b1 = Koefisien regresi variabel X1

b2 = Koefisien regresi variabel X2

X1 = Lokasi

X2 = Kualitas Pelayanan

e = Tingkat Error, tingkat kesalahan

1. **Uji Hipotesis**

Teknik yang dipakai dalam uji hipotesis dalam penelitian ini adalah analisa data kuantitatif dengan menggunakan uji *t* dan uji *f.* Uji t yaitu suatu pengujian yang bertujuan untuk koefisien regresi signifikan atau tidak.[[66]](#footnote-66)

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Berikut merupakan rumusan hipotesis penelitian yaitu :

H1 = Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

H2 = Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

H3 = Lokasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Menentukan kriteria diterima atau ditolaknya hipotesis dengan tingkat signifikan 0,05 ditentukan sebagai berikut:

Apabila t hitung > t tabel Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Apabila t hitung < t tabel Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

1. **Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2...Xn) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). F hitung dapat di cari dengan rumus berikut:

Keterangan:

R2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah veriabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada *output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

1. **Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1, X2...Xn) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

Keterangan:

bi = Koefisien regresi variabel i

Sbi = Standar error variabel i

Hasil uji t dapat dilihat pada ouput *Coefficients* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.[[67]](#footnote-67)

1. **Uji Adj R2 (*Adjusted R Square*)**

Uji ini dilakukan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefesien determinasi (R2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variabel-variabel independen yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi variabel dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independen.

Besarnya koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai dengan 1 atau 0 ≤ R2 ≤ 1, yang berarti variasi dari variabel bebas semakin dapat menjelaskan variasi dari variabel tidak bebas bila angka nya semakin mendekati 1. Pada penelitian ini juga akan digunakan koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan jumlah observasinya, karena lebih menggambarkan kemampuan yang sebenarnya dari variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.[[68]](#footnote-68)

**BAB IV**

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

1. **Gambaran Umum Lokasi Penelitian**
2. **Sejarah Umum Pegadaian Syariah**

Terbitnya PP/10 tanggal 10 April 1990 dapat dikatakan menjadi tonggak awal kebangkitan pegadaian, satu hal yang perlu dicermati bahwa PP/10 menegaskan misi yang harus diemban oleh pegadaian untuk mencegah riba, misi ini tidak berubah hingga terbitnya PP103/2000 yang dijadikan sebagai landasan kegiatan usaha PT. Pegadaian (Persero) sampai sekarang.

Melalui kajian panjang, akhirnya disusunlah suatu konsep pendirian unit Layanan Gadai Syariah sebagai langkah awal pembentukan divisi khusus yang menangani kegiatan usaha syariah.

Layanan gadai syariah ini merupakan hasil kerja sama PT. Pegadaian dengan Lembaga Keuangan Syariah untuk mengimplementasikan prinsip *“rahn”* yang bagi PT. Pegadaian dapat dipandang sebagai pengembangan produk, sedang bagi Lembaga Keuangan Syariah dapat berfungsi sebagai kepanjangan tangan dalam pengelolaan produk *rahn*.[[69]](#footnote-69)

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.

Perkembangan pegadaian syariah salah satunya di Sumatera Selatan kota Palembang telah berdiri beberapa pegadaian yang berbasis syariah, yaitu pegadaian syariah Cabang Simpang Patal di jalan R. Sukamto 8 Ilir II Palembang, Unit Pegadaian Syariah Pasar Perumnas di jalan kampar Raya 40 Palembang, Unit Pegadaian Syariah kolonel Atmo di jalan Pengadilan no. 1251 Palembang, Unit Pegadaian Syariah Plaju di jalan Jend. A. Yani Seberang Ulu II Palembang, Unit Pegadaian Syariah Sukabangun di jalan RA Abusamah Villa Sukajaya Indah No. 10 Palembang, Unit Pegadaian Syariah KM 11 di jalan Sultan Mahmud Badaruddin II No. 1280 Palembang.

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 bulanan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atau jasa dan/atau bagi hasil.[[70]](#footnote-70)

1. **Lokasi**

Unit Pegadaian Syariah Suka Bangun beralamat di jalan Abusamah, Suka Bangun Villa Sukajaya Indah No. 10 Palembang.

1. **Visi dan Misi Pegadaian Syariah**
2. Visi

“Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi *market leader* dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah ke bawah”.[[71]](#footnote-71)

1. Misi
2. Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
3. 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.
4. Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah ke bawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.
5. **Produk-Produk Pegadaian Syariah**

Produk dan layanan jasa yang ditawarkan oleh pegadaian syariah kepada masyarakat berupa:

1. Gadai Syariah *(Rahn)*

Gadai Syariah *(rahn)* adalah skim pinjaman yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan dana dengan sistem gadai sesuai syariah dengan barang jaminan berupa emas, perhiasan, elektronik dan kendaraan.

1. ARRUM (*Ar-Rahn* untuk usaha Mikro Kecil)

ARRUM (*Ar-Rahn* untuk usaha Mikro Kecil) adalah skim pinjaman dengan sistem syariah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan pengembangan usaha dengan sistem pengembalian secara angsuran, menggunakan jaminan BPKB mobil/motor.

1. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

Logam Mulia atau emas mempunyai berbagai aspek yang menyentuh kebutuhan manusia di samping memiliki nilai estetis yang tinggi juga merupakan jenis investasi yang nilainya stabil, likuid, dan aman secara riil. MULIA (*Murabahah* Logam Mulia untuk Investasi Abadi) memfasilitasi kepemilikan emas batangan melalui penjualan Logam Mulia oleh pegadaian kepada masyarakat secara tunai dan/atau dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentuyang fleksibel.

1. AMANAH (*Murabahah* untuk Kepemilikan Kendaraan Bermotor)

AMANAH adalah produk perbankan syariah dalam memberikan pinjaman untuk kepemilikan kendaraan bermotor. Produk ini menerapkan sistem syariah dengan akad *murabahah,* yaitu pemberian pinjaman. Para pegawai tetap suatu instansi atau perusahaan dapat memanfaatkan produk ini dengan cara memberikan besarnya penghasilan, pola perikatan jaminan sistem fidusia atas objek, surat kuasa pemotongan gaji amanah tersebut.

1. **Deskripsi Responden**
2. **Analisis Profil Responden**

Masalah pada penelitian ini ditekankan untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Sedangkan teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik Sampling menurut Slovin dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang responden. Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 30 eksamplar dan semua kuesioner kembali serta responden telah mengisi kuesioner dengan benar dan sesuai dengan petunjuk pengisian. Selanjutnya dalam profil responden diperinci menurut jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan. Salah satu tujuan dari pengelompokan responden adalah untuk mengetahui rincian profil responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun gambaran profil responden dari hasil penyebaran kuesioner dapat disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1**

**Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Jenis Kelamin** | **Frekuensi** | **Presentase** |
| Laki-Laki | 20 | 66,7 % |
| Perempuan | 10 | 33,3 % |
| **Total** | **30** | **100%** |

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Profil responden berdasarkan tabel 4.1 jenis kelamin menjelaskan bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yakni sebanyak 20 orang atau 66,7 %, sedangkan perempuan sebanyak 10 orang atau 33,3 %, sehingga dari perbandingan persentase profil responden menurut jenis kelamin maka dapat dikatakan bahwa rata-rata nasabah dalam penelitian Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang ini adalah laki-laki.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**

**Profil Responden Berdasarkan Umur**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Umur** | **Frekuensi** | **Persentase** |
| <20 tahun | 0 | 0,0% |
| 21-30 tahun | 5 | 16,7% |
| 31-40 tahun | 15 | 50% |
| 41-50 tahun | 10 | 33,3% |
| >50 tahun | 0 | 0,0% |
| **Total** | **30** | **100%** |

Sumber: Data diolah Peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 yakni profil responden berdasarkan umur menjelaskan bahwa umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 31-40 yakni sebanyak 15 orang atau 50 %, kemudian yang berumur 41-50 tahun yakni sebanyak 10 orang atau 33,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah pegadaian syariah dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki umur antara 31-40.

Kemudian akan disajikan profil responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**

**Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Umur** | **Frekuensi** | **Persentase** |
| SD | 0 | 0,0% |
| SMP | 0 | 0,0% |
| SMA | 11 | 36,7% |
| Diploma | 9 | 30% |
| S1 | 10 | 33,3% |
| **Total** | **30** | **100%** |

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 yakni profil responden berdasarkan pendidikan terakhir bahwa pendidikan terakhir responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah SMA sebanyak 11 orang atau 36,7%, kemudian Diploma sebanyak 9 orang atau 30% dan pendidikan S1 sebanyak 10 orang atau 33,3% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah pegadaian syariah dalam penelitian ini adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya SMA.

**Tabel 4.4**

**Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pekerjaan** | **Frekuensi** | **Persentase** |
| PNS | 2 | 6,6% |
| Pegawai Swasta | 8 | 26,7% |
| Wiraswasta | 12 | 40% |
| TNI/POLRI | 8 | 26,7% |
| **Total** | **30** | **100%** |

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 yakni profil responden berdasarkan pekerjaan bahwa pekerjaan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah Wiraswasta sebanyak 12 orang atau 40%, PNS sebanyak 2 orang atau 6,6%, Pegawai Swasta sebanyak 8 orang atau 26,7% dan TNI/POLRI sebanyak 8 orang atau 26,7% sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata yang menjadi nasabah dalam penelitian ini adalah nasabah yang pekerjaannya Wiraswasta.

1. **Deskripsi Variabel Penelitian**

Gambaran dari masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah lokasi, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dapat dilakukan dengan analisis deskriptif persentase. Berdasarkan analisis deskriptif persentase, penelitian ini dapat di lihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**

**Deskripsi Variabel Penelitian**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Skor Jawaban (%)** | | | | | **Jumlah (%)** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | 100 |
| Lokasi |  |  |  |  |  | 100 |
| X1.1 | - | - | 16,7 | 73,3 | 10 | 100 |
| X1.2 | - | - | 13,3 | 76,7 | 10 | 100 |
| X1.3 | - | 13,3 | 20 | 60 | 6,7 | 100 |
| X1.4 | - | - | 23,3 | 60 | 16,7 | 100 |
| Kualitas Pelayanan |  |  |  |  |  | 100 |
| X2.1 | - | - | 6,6 | 66,6 | 26,7 | 100 |
| X2.2 | - | - | - | 70 | 30 | 100 |
| X2.3 | - | - | 3,3 | 66,7 | 30 | 100 |
| X2.4 | - | - | 6,6 | 56,7 | 36,7 | 100 |
| X2.5 | - | - | - | 70 | 30 | 100 |
| Kepuasan Nasabah |  |  |  |  |  | 100 |
| Y1 | - | - | 23,3 | 50 | 26,7 | 100 |
| Y2 | - | 26,7 | 16,6 | 46,7 | 10 | 100 |
| Y3 | - | - | 16,7 | 73,3 | 10 | 100 |

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Berdasarkan Tabel 4.5, dapat terlihat rata-rata tanggapan responden sebagai berikut:

* 1. Variabel Lokasi (X1)

1. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 73,3% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap lokasi strategis yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi (X1.1).
2. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 76,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap letak lokasi ysng dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi (X1.2).
3. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa keterjangkauan lokasi sudah tepat (X1.3).
4. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 60% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap bahwa lahan parkir sudah cukup luas dalam proses memperlancar bertransaksi nasabah (X1.4).
   1. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)
5. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 66,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap fasilitas yang dimiliki sudah memadai untuk bertransaksi (X1.1).
6. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 70% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai memberikan pelayanan dengan baik, sabar, dan sopan (X1.2).
7. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 66,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegawai Pegadaian Syariah ini menanggapi keinginan nasabah dengan baik dan cepat (X1.3).
8. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 56,7% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegadaian syariah menjamin kerahasiaan nasabah dalam bertransaksi (X1.4).
9. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 70% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap para pegawai pegadaian syariah selalu meminta maaf apabila ada pelayanan yang kurang baik dalam melaksanakan tugasnya (X1.5).
   1. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)
10. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 50% hal ini menunjukkan bahwa responden menganggap pegadaian syariah ini memberikan manfaat sesuai apa yang diinginkan (Y1).
11. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 46,7% hal ini menunjukkan bahwa responden merasa puas akan jenis produk jasa yang diberikan pegadaian syariah ini (Y2).
12. Dapat dilihat bahwa responden yang menjawab pertanyaan paling banyak adalah setuju sebesar 73,3% hal ini menunjukkan bahwa responden akan ikut mempromosikan dan merekomendasiakan produk jasa yang ada pada pegadaian syariah ini kepada orang lain (Y3).
13. **Uji Instrumen Penelitian**
14. **Uji Validitas**
15. Variabel Lokasi (X1)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel 0,3610. Berikut pengujian validitas pada variabel Lokasi (X1). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**

**Hasil Uji Validitas Lokasi (X1)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Pearson Correlation**  **(rhitung)** | **rtabel**  **()** | **Hasil Validitas** |
| 1. | X1.1 | 0,612 | 0,3610 | Valid |
| 2. | X1.2 | 0,428 | 0,3610 | Valid |
| 3. | X1.3 | 0,869 | 0,3610 | Valid |
| 4. | X1.4 | 0,750 | 0,3610 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.6 diatas hasil pengolahan data variabel Lokasi (X1) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh  *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel 0,3610. Berikut pengujian validitas pada variabel Kualitas Pelayanan (X2). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Pearson Correlation**  **(rhitung)** | **rtabel**  **()** | **Hasil Validitas** |
| 1. | X2.1 | 0,482 | 0,3610 | Valid |
| 2. | X2.2 | 0,390 | 0,3610 | Valid |
| 3. | X2.3 | 0,472 | 0,3610 | Valid |
| 4. | X2.4 | 0,532 | 0,3610 | Valid |
| 5. | X2.5 | 0,564 | 0,3610 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengolahan data variabel Kualitas Pelayanan (X2) Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh  *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

1. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur. Indikator dikatakan valid apabila *pearson correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel 0,3610. Berikut pengujian validitas pada variabel Kepuasan Nasabah (Y). Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Pearson Correlation (rhitung)** | **rtabel**  **()** | **Hasil Validitas** |
| 1 | Y1 | 0.762 | 0,3610 | Valid |
| 2 | Y2 | 0.932 | 0,3610 | Valid |
| 3 | Y3 | 0,736 | 0,3610 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengolahan data variabel Kepuasan Nasabah (Y).Menggunakan bantuan SPSS Versi 16,0 *For Windows*, menunjukkan bahwa seluruh  *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari rtabel, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Seluruh pertanyaan tersebut dapat dijadikan alat ukur yang valid dalam analisis berikutnya.

1. **Uji Reabilitas**

Realibilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dalam alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Dimana Kuisioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari > 0,60 sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* () < 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji Reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **Cronbach Alpha**  **()** | **Nilai Alpha** | **Hasil Realibilitas** |
| 1 | Lokasi (X1) | 0,769 | 0,60 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Pelayanan (X2) | 0,647 | 0,60 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Nasabah (Y) | 0,828 | 0,60 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

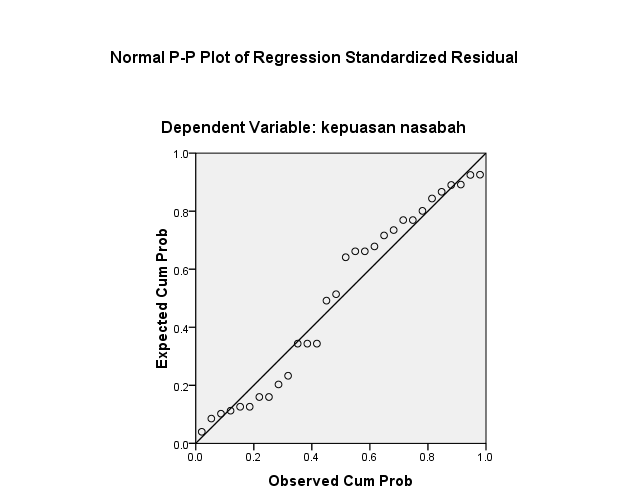
Berdasarkan tabel 4.9 diatas bahwa seluruh nilai *Cronbach Alpha* melebihi nilai *Alpha.* Karena nilai seluruh *Cronbach Alpha* lebih besar pada 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

1. **Uji Asumsi Klasik**
2. **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal ataupun mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas. Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui analisis grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dan SPSS 16.0. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Gambar 4.1**

**Hasil Uji Normalitas**

****

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Pada gambar 4.1 terlihat bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan gambar diatas, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

1. **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,1 atau sama dengan nilai VIF > 10. Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7.304 | 3.820 |  | 1.912 | .067 |  |  |
| Lokasi | .874 | .127 | .804 | 6.863 | .000 | .963 | 1.039 |
| kualitas pelayanan | .441 | .172 | .301 | 2.570 | .016 | .963 | 1.039 |
| a. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |  |  |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

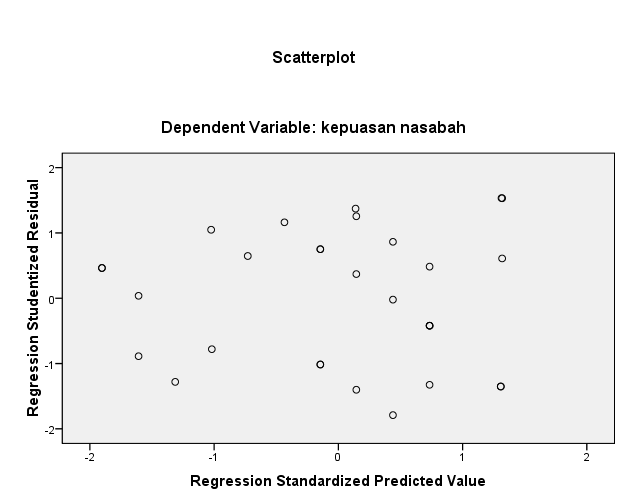
Dari tabel 4.10 diatas diketahui nilai VIF *(varience Inflation Faktor)* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

1. **Uji Heteroskedastisitas**

Heterokedastisitas diuji dengan melihat hasil uji spss pada gambar scatterplot dimana ketentuannya adalah apabila gambar membentuk pola maka terjadi Heterokedastisitas. Dan apabila pada gambar tidak membentuk pola atau acak maka tidak terjadi Heterokedastisitas. Berikut gambar yang disajikan di bawah ini:

**Gambar 4.2**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Dari gambar 4.2 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) Pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.11**

**Hasil Analisis Linier Berganda**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7.304 | 3.820 |  | 1.912 | .067 |  |  |
| Lokasi | .874 | .127 | .804 | 6.863 | .000 | .963 | 1.039 |
| kualitas pelayanan | .441 | .172 | .301 | 2.570 | .016 | .963 | 1.039 |
| a. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |  |  |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

Dimana :

Y = Kepuasan Nasabah

a = 7,304

b1 = 0,874

b2 = 0,441

X1 = Lokasi

X2 = Kualitas Pelayanan

e = Tingkat Error, tingkat kesalahan

**Y = 7,304 + 0,874X1 + 0,441X2**

Bilangan Konstanta mempunyai nilai sebesar 7,304 (positif) menyatakan bahwa jika mengabaikan Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) maka skor Kepuasan Nasabah (Y) adalah 7,304. Artinya masih tetap ada Kepuasan Nasabah walaupun nilai X1 dan X2 terhadap Y bernilai nol (0).

Koefisien regresi X1 sebesar 0,874 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Lokasi akan meningkatkan skor Kepuasan Nasabah sebesar 0,874 dengan menjaga skor Kualitas Pelayanan (X2) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Lokasi (X1) akan menurunkan kepuasan nasabah (Y).

Koefisien regresi X2 sebesar 0,441 bernilai (positif) menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan skor Kualitas Pelayanan akan meningkatkan skor kepuasan nasabah sebesar 0,441 dengan menjaga skor Lokasi (X1) tetap/konstan. Jika ada penurunan terhadap Kualitas Pelayanan (X2) akan menurunkan kepuasan nasabah (Y).

1. **Uji Hipotesis**
2. **Uji F (Simultan)**

Uji F (Simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Lokasi (X1)dan Kualitas Pelayanan (X2) secara bersama/simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji F (Simultan)**

| **ANOVAb** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sum of Squares | Df | Mean Square | F | | Sig. | |
| 64.956 | 2 | 32.478 | 24.351 | | .000a | |
| 36.011 | 27 | 1.334 |  | |  | |
| 100.967 | 29 |  |  | |  | |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, lokasi | | | | | |  | |  |
| b. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  | |  | |  |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji F dikatakan berpengaruh jika nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel > 4,20 sedangkan apabila nilai Fhitung lebih kecil dari Ftabel < 4,20 maka uji F dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai Fhitung  24,351 > Ftabel 4,20 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama/simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

1. **Uji T (Parsial)**

Uji T (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Lokasi (X1)dan Kualitas Pelayanan (X2) secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y). Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji T (Parsial)**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7.304 | 3.820 |  | 1.912 | .067 |  |  |
| Lokasi | .874 | .127 | .804 | 6.863 | .000 | .963 | 1.039 |
| kualitas pelayanan | .441 | .172 | .301 | 2.570 | .016 | .963 | 1.039 |
| a. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |  |  |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Uji T dikatakan berpengaruh jika nilai Thitung lebih besar dari Ttabel > 2,048 sedangkan apabila nilai Thitung lebih kecil dari Ttabel < 2,048 maka uji T dikatakan tidak berpengaruh. Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dijelaskan masing-masing variabel Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara individu/parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel lokasi (X1) secara individu/parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel lokasi (X1) sebesar = 6,863 terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar = 2,048 hal ini berarti thitung 6,863 > ttabel 2,048 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan lokasi (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).
2. Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) secara individu/parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar = 2,570 terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar = 2,048 hal ini berarti thitung 2,570 > ttabel 2,048 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).
3. **Uji Koefisien Determinasi / Adjusted R Square (R2)**

Uji Koefisisen Determinasi (*Adjusted R Square*), ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Hasil perhitungan Adjusted RSquare dapat dilihat pada output *Model Sumarry*. Pada kolom Adjusted RSquare dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dimasukan dalam model penelitian. Adapun tabel yang disajikan dibawah ini:

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Adjusted R Square**

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .802a | .643 | .617 | 1.155 |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, lokasi | | | | |
| b. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | | |

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 16,0

Berdasarkan tabel 4.14 hasil output di atas menunjukan bahwa pada kolom Adjusted R Square diketahui jumlah persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,617 atau 61%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (variabel lokasi dan variabel kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) adalah sebesar 61%, sedangkan sisanya (100 – 61 = 39) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

1. **Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Ada beberapa macam pengaruh dalam penelitian inii diantaranya adalah:

1. **Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh variabel lokasi (X1) secara individu/parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel lokasi (X1) sebesar = 6,863 terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar = 2,048 hal ini berarti thitung 6,863 > ttabel 2,048 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan lokasi (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y).

Respon kepuasan nasabah dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Pemilihan lokasi dinilai sangat penting untuk kelangsungan hidup sebuah usaha yang ada pada saat ini, karena lokasi yang strategis memudahkan seorang konsumen untuk menjangkau tempat usaha tersebut. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan demikian semakin strategis lokasi maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Adytomo (2010) yang berjudul Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan deskripsi variabel penelitian, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini disebabkan karena para responden merasa puas dengan letak Pegadaian Syariah Suka Bangun. Hal ini dapat terlihat dari indikator letak lokasi yang dinilai paling baik oleh responden dibandingkan dengan indikator lokasi lainnya. Oleh karena itu indikator letak lokasi bisa menjadi keunggulan tersendiri dari lokasi suatu perusahaan untuk mencapai kepuasan calon nasabahnya.

1. **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X2) secara individu/parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka dapat dilihat bahwa thitung untuk variabel kualitas pelayanan (X2) sebesar = 2,570 terhadap kepuasan nasabah (Y) sebesar = 2,048 hal ini berarti thitung 2,570 > ttabel 2,048 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Berarti ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

Ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah, sebaliknya bila kualitas pelayanan yang dirasakan rendah, maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah.

Kualitas pelayanan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan nasabah. Nasabah yang puas akan melakukan promosi gratis terhadap jasa yang telah diterimannya. Begitu sebaliknya, apabila nasabah merasa kurang puas dengan produk yang diberikan perusahaan, maka akan muncul *terrorist customer* yaitu nasabah berbicara mengenai hal yang negatif mengenai perusahaan dikarenakan tidak puas terhadap pelayanan yang diperoleh.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramdhani *et al*. (2011) yang menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

Berdasarkan deskripsi variabel penelitian, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ini disebabkan karena para responden merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Suka Bangum Palembang. Kepuasan responden dapat terlihat dari indikator bukti fisik yang dinilai paling baik oleh responden dibandingkan dengan indikator kualitas pelayanan lainnya. Oleh karena itu indikator bukti fisik bisa menjadi keunggulan dari kualitas pelayanan Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang untuk mencapai kepuasan nasabahnya.

1. **Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Hasil analisis data secara statistik membuktikan bahwa terdapat positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa nilai Fhitung  24,351 > Ftabel 4,20 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama/simultan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis letak lokasi dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka akan semakin tinggi pula kepuasan nasabah, sebaliknya bila lokasi dan kualitas pelayanan yang dirasakan rendah, maka kepuasan nasabah juga akan semakin rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadia Jessica dan Maria Istiningsih Pengaruh Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya. Hasil analisis uji F menujukkan bahwa variabel lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan tamunya.

Berdasarkan deskripsi variabel penelitian, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan karena para responden merasa puas terhadap letak lokasi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Kepuasan responden dapat terlihat dari indikator letak lokasi dan bukti fisik yang dinilai paling baik oleh responden dibandingkan dengan indikator lainnya. Oleh karena itu Pegadaian Syariah ini harus mempertahankan dan lebih meningkatkan keunggulan dari indikator yang sudah ada serta meningkatkan pelayanan disektor yang belum memberikan tingkat kepuasan pada nasabahnya.

Hasil dari uji validitas dan realibilitas menunjukkan bahwa uji validitas dikatakan valid apabila *pearson correlation* lebih besar dari Rtabel > 0,3610 dilihat dari pengujian diatasmenunjukkan bahwa seluruh  *Pearson Correlation* memiliki nilai lebih besar dari Rtabel, artinya seluruh pertanyaan tersebut bersifat valid. Sedangkan hasil dari uji realibilitas menunjukkan Lokasi, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah semua nilai *cronbach alpha* sudah melebihi nilai > 60 yang telah ditentukan.

Dari hasil uji normalitas diatas bahwa titik-titik tersebar berhimpit di sekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Hasil uji dari multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikilonearitas dikarenakan nilai VIF < 10 yang dimana nilai VIF-nya adalah 1,039. Hasil uji dari heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Dari hasil analisis variabel (X1) lokasi dengan indikator lokasi yang dekat dengan keramaian, letak lokasi mudah dicari dan ditemui, lokasi sangat mudah dijangkau oleh transportasi umum, lokasi mempunyai lahan parkir yang luas. Maka, lokasi mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,874%. Hasil ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Adytomo yang berjudul “Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari hasil analisis data variabel (X2) Kualitas Pelayanan dengan indikator fasilitas yang dimilki, kemampuan memberikan pelayanan, menanggapi keinginan pelanggan dengan baik dan cepat, adanya jaminan kerahasiaan pelanggan, permohonan maaf atas pelayanan yang kurang baik. Maka, kelompok kualitas pelayanan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan hubungan positif dan pengaruh signifikan sebesar 0,441%. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Idayanti Nursyamsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makasar”. Dengan variabel Kualitas Pelayanan (independen), Kepuasan Nasabah (dependen). Dengan hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* secara bersama-sama menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah KCA Perum Pegadaian Cabang Makasar.

Dalam pengaruh lokasi (X1) dan kualitas pelayanan(X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y). Peneliti menguji dengan uji F. Yaitu dilihat dari tabel (*ANNOVA*) bahwa F hitung lebih besar dari F tabel dengan taraf signifikansi 0.000. Maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara pengaruh lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh signifikan.

Dalam pengaruh lokasi (X1) dan kualitas pelayanan(X2) secara individu terhadap kepuasan nasabah (Y). Peneliti menguji dengan uji T. Yaitu dilihat dari tabel (*Coefficients*) bahwa T hitung lebih besar dari T tabel dengan taraf signifikansi Lokasi (X1) = 6,863 Kualitas Pelayanan (X2) = 2,570. Maka dapat dijelaskan bahwa kedua variabel antara pengaruh lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara individu terhadap kepuasan nasabah (Y) berpengaruh signifikan.

Hasil dari uji Adjusted R Square menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas (variabel lokasi dan variabel kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) adalah sebesar 0.61 atau 61%, sedangkan sisanya (100 – 61 = 39) dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adytomo (2010) yang berjudul “Pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang digunakan yaitu pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh antara lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Grasia Semarang. Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

Penelitian yang dilakukan oleh Sujarwanti (2013) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Keuntungan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPR Syari’ah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta. Variabel yang digunakan yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan. Adapun metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keuntungan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Pemilihan Produk Pembiayaan *Murabahah* di PT. BPR Syari’ah Mitra Cahaya Indonesia Yogyakarta. Artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Maka dari kesimpulan dua penelitian diatas menunjukkan bahwa ada dukungan dari penelitian ini untuk penulis mengkajinya.

1. **Implikasi Penelitian**

Temuan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, maka implikasi manajerial dalam pengelolaan pelayanan pada Pegadaian Syariah ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan oleh manajemen Pegadaian Syariah untuk melakukan evaluasi kinerja dan perbaikan strategi pada pelayanan yang akan diberikan pada nasabah demi peningkatan kepuasan nasabahnya.
2. Kualitas pelayanan hendaknya mendapatkan perhatian yang lebih dari manajemen Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang, karena pengaruhnya tidak hanya kepada kepuasan tetapi menjadi tujuan utama perusahaan untuk dapat bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat.
3. Jaminan merupakan indikator kualitas pelayanan yang paling dominan. Dengan demikian, pihak manajemen Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang perlu melakukan usaha ekstra untuk dapat mempertahankan kondisi tersebut. Indikator jaminan berhubungan dengan kepercayaan dan rasa aman saat bertransaksi. Untuk meningkatkan pelayanan terhadap nasabah maka sebaiknya Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang lebih mengedepankan memberikan keakuratan dalam memberikan informasi guna menjawab semua pertanyaan dari nasabahnya.
4. Daya tanggap merupakan indikator dari kualitas pelayanan yang dinilai kurang memuaskan oleh nasabah. Oleh sebab itu, pihak manajemen sangat perlu untuk memberi perhatian lebih dan mengevaluasi kembali kinerja dari para staf dan pegawai. Perbaikan pada indikator daya tanggap dapat dimulai dari *customer service officer*. *Customer service* harus memiliki kemampuan melayani nasabah secara tepat dan cepat, serta memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.
5. **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Objek penelitian hanya ditujukan kepada nasabah Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi untuk kasus di luar objek penelitian, karena setiap objek memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan yang lainnya. Penelitian mendatang diharapkan dapat memperluas ruang lingkup objeknya.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah terhadap Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang, dan sebaliknya semakin buruk kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin rendah pula tingkat kepuasanan nasabah terhadap Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Lokasi (X1) dan Kualitas Pelayanan(X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang” sebagai berikut:

1. Variabel lokasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga semakin strategis letak lokasi pada Pegadaian Syariah di Suka Bangun Palembang maka akan semakin tinggi jumlah calon nasabah yang akan mengajukan barang gadaiannya pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang dengan demikian hipotesis pertama (H1) yang menyatakan “terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang” terbukti.
2. Variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga semakin baik kualitas pelayanana pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang maka akan semakin tinggi jumlah calon nasabah yang mengajukan barang gadaiannya pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang dengan demikian hipotesis kedua (H2) yang menyatakan “terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang” terbukti.
3. Variabel lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah (Y). Sehingga semakin strategis lokasi dan semakin baik kualitas pelayanana pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang maka akan semakin tinggi jumlah calon nasabah yang mengajukan barang gadaiannya pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang dengan demikian hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan “terdapat pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada pegadaian syariah Suka Bangun Palembang” terbukti.
4. **Saran**

Penulis menyadari masih terdapat keterbatasan yang muncul dalam pelaksanaan penelitian ini. Oleh karena itu hasil penelitian ini belum dikatakan sempurna. Namun dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi. Berdasarkan hasil penelitian terdapat hal yang harus dilakukan lebih lanjut diantaranya:

1. Dari sisi akademis

Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan mahasiswa/i dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang lebih banyak (jumlah variabel bebas) serta dalam melakukan penelitian hendaknya dilakukan di berbagai tempat.

1. Dari sisi perusahaan (Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang)

Untuk perkembangan dalam Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang sendiri ini sangat diperlukan, karena tidak ada batas teritorial dalam perdagangan, dengan demikian kegiatan operasional pada Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang akan berjalan dengan lancar. Serta dapat meningkatkan kualitas pelayanan untuk menjadi daya tarik nasabah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Abdul Ghofur A, 2006. *Gadai Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Adytomo. “Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”, *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2010. Diakses 30 Juli 2017 (tidak diterbitkan)

Annafi Masruri. “Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya”, *Skripsi,* Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, 2013. Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

Basu Swastha, 2007. *Manajemen Pemasaran,* Jakarta: Liberty.

Charles W Lamb, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel, 2001. *Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.

Danang Sunyoto, 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, Yogyakarta: CAPS.

Duwi Priyatno, 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS,* Jakarta: MediaKom.

Fandy Tjiptono, 2000. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Ofset.

Fandi Tjiptono, 2008. *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi Pubisher.

Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 *Tentang Rahn*

Habiburrahman,et.al., 2012. *Mengenal Pegadaian Syariah*, Jakarta: Kuwais.

Hadi, Muhammad Solikhul, 2003. *Pegadaian Syariah*, Jakarta: Salemba Diniyah.

Hermawan kartajaya dan Muhammad Syarir Sula, 2006. *Syari’ah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka.

Idayanti Nursyamsi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makassar”, *Skripsi,* Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2008, Diakses pada 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: BP Universitas Diponegoro.

Kasmir, 2012. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: Rajawali Pers.

*Kitab Undang-undang Hukum Perdata* (Burgerlijk Wetboek),Penerjemah R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Jakarta: Pradnya Paramita, 1976, Cet VIII, Pasal 1150

Kotler, Philip dan A.B Susanto, 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*. *Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.

M. Guntur. “Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Surakarta”, *Skripsi,* Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2005, Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

M. Iqbal Hasan, 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya,* Bogor: Ghlmia Indonesia.

Manulang, 1991. *Manajemen Personalia,* Medan: Ghalia Indonesia.

Moh. Nazir, *Metode Penelitian,* Bogor: Ghalia Indonesia, 2014 Cet IV

Muhammad Syafi’i Antonio, 2001. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Cetakan 1, Kerjasama Gema Insani Press dengan Tazkia Institute, GIP.

Nadia Jessica dan Maria Istiningsih. “Pengaruh Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya”, *Skripsi,* Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2010. Diakses 7 Juli 2017 (tidak diterbitkan)

Parasuraman, A., V. A. Zeithaml dan L.L. Berry, (1998), SERVQUAL: *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perfection of Service Quality,* Journal of Retailing. Vol. 64. No.1

Philip Kotler dan Kevin Lane, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

QS. Al-Baqarah ayat 283

Sasli Rais, 2005. *Pegadaian Syariah: Konsep dan Sistem Operasional (Suatu Kajian Kontemporer)*, Jakarta: UI Press.

Satriyanti. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Konsumen Bank Muamalat Syariah di Surabaya”, *Skripsi*, Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 2012. Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

Sentot Imam, 2013. *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet. II, edisi I

Shanto, J.William, 1996. *Prinsip –Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.

Soeratno & Lincolin Arsyad, 2008. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis,* Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Sonya Mahanani. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat”, *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2010. Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

Sriyadi, 1991. *Bisnis Manajemen Perusahaan Modern,* Semarang: Ikip Press.

Sugiarto, 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.

Sumandi Suryabrata, 2013. *Metode Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers.

Toto Tasmara, 2002. *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1.

Agustina Tin. “Pengarauh variabel produk, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Padang sederhana di kota Malang”, *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, vol 5*. Diakses 5 Agustus 2017

Umar Husein, 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* Jakarta: PT. GramediaPustaka.

Windarti. “Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang”, *Skripsi,* Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2012, Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan)

[www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) (24 Agustus 2017, 15:30 WIB)

Yalisma Dewi. “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara,Yogyakarta)”, *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2013, Diakses 5 Agustus April 2017. (tidak diterbitkan)

Yazid, 2008. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: EKONISIA, Cet. IV,edisi II.

**LAMPIRAN**

**Lampiran 1**

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH SUKA BANGUN PALEMBANG**

Kepada Yth,

Nasabah Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang

di Palembang

Dengan Hormat,

Bersama ini saya :

Nama : Muhammad Abdul Rokhim

Pekerjaan : Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Raden Fatah Palembang

NIM : 13190173

Sedang mengadakan penelitian dengan judul Skripsi “Pengaruh Lokasi dan Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bapak/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bapak/Ibu rasakan terhadap Pegadaian Syariah Suka Bangun Palembang.

Pilihan jawaban yang Bapak/Ibu pilih tidak akan berdampak apa-apa terhadap Bapak/Ibu, melainkan hanya dipergunakan sebagai pencarian data penelitian.Semoga partisipasi yang Bapak/Ibu berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Muhammad Abdul Rokhim

NIM. 13190173

**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PEGADAIAN SYARIAH SUKA BANGUN PALEMBANG**

**Petunjuk pengisian : Berilah tanda (X) pada jawaban yang paling anda anggap sesuai**

**IDENTITAS RESPONDEN**

1. No. kuesioner :
2. Nama :
3. Alamat :
4. Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

5. Usia saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)

a. < 20 thn d. 41 thn - 50 thn

b. 20 thn - 30 thn e. > 50 thn

c. 31 thn - 40 thn

6. Pendidikan terakhir : (Pilih salah satu dibawah ini)

a. SD d. Diploma

b. SMP e. S1

c. SMU f. S2

7. Pekerjaan saat ini : (Pilih salah satu dibawah ini)

a. PNS

b. Peg. Swasta

c. Wiraswasta

d. TNI/POLRI

**Petunjuk Pengisian**

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada, dengan cara memberikan tanda Checklist (√) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

**SS = Sangat Setuju KS = Kurang Setuju**

**S = Setuju STS = Sangat Tidak Setuju**

**N = Netral**

1. **VARIABEL LOKASI**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR** | **JAWABAN** | | | | |
| **STS** | **KS** | **N** | **S** | **SS** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1. **Dekat dengan perkotaan**   Saya merasa lokasi pegadaian ini strategis dan berada dikeramaian masyarakat umum |  |  |  |  |  |
| 1. **Dekat dengan konsumen atau nasabah**   Saya merasa lokasi mudah dicari dan ditemui oleh calon nasabah |  |  |  |  |  |
| 1. **Keterjangkauan lokasi**   Saya merasa bahwa lokasi sangat mudah dijangkau dan dilalui oleh sarana transportasi umum |  |  |  |  |  |
| 1. **Ketersediaan lahan parkir**   Saya merasa lokasi ini mempunyai tempat parkir yang luas dan aman |  |  |  |  |  |

1. **VARIABEL KUALITAS PELAYANAN**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR** | **JAWABAN** | | | | |
| **STS** | **KS** | **N** | **S** | **SS** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1. **Bukti Fisik (Tangible)**   Saya merasa fungsi produk yang memberikan informasi yang islami menambah ketertarikan konsumen terhadap produk jasa. |  |  |  |  |  |
| 1. **Kehandalan (Reliability)**   Saya merasa pegadaian syariah menyediakan informasi yang dibutuhkan pada saat yang diminta. |  |  |  |  |  |
| 1. **Daya Tanggap (Resposiveness)**   Saya merasa pegadaian syariah memiliki kelengkapan dalam informasi. |  |  |  |  |  |
| 1. **Jaminan (Assurance)**   Saya merasa informasi yang diberikan oleh pegadain syariah dapat menjawab pertanyaan dari setiap nasabah |  |  |  |  |  |
| 1. **Empati (Empathy)**   Saya merasa informasi yang diberikan oleh pegadaian syariah jelas dan mudah dimengerti. |  |  |  |  |  |

1. **VARIABEL KEPUASAN NASABAH**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **INDIKATOR** | **JAWABAN** | | | | |
| **STS** | **KS** | **N** | **S** | **SS** |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| 1. **Kesesuaian Harapan**   Saya merasa mendapatkan manfaat setelah menggunakan jasa pegadaian syariah karena sesuai dengan apa yang diharapkan. |  |  |  |  |  |
| 1. **Minat berkunjung kembali**   Saya akan melakukan transaksi kembali di produk jasa pegadaian syariah |  |  |  |  |  |
| 1. **Kesediaan Merekomendasikan**   Saya akan merekomendasikan kepada orang lain dan mengajak orang lain untuk menggunakan produk jasa di pegadaian syariah |  |  |  |  |  |

**Lampiran 2**

**Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

1. **Variabel Lokasi (X1)**

| **Correlations** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | x1.1 | x1.2 | x1.3 | x1.4 | lokasi |
| x1.1 | Pearson Correlation | 1 | -.009 | .423\* | .297 | .612\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .962 | .020 | .111 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x1.2 | Pearson Correlation | -.009 | 1 | .225 | .103 | .428\* |
| Sig. (2-tailed) | .962 |  | .232 | .589 | .018 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x1.3 | Pearson Correlation | .423\* | .225 | 1 | .543\*\* | .869\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .020 | .232 |  | .002 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x1.4 | Pearson Correlation | .297 | .103 | .543\*\* | 1 | .750\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .111 | .589 | .002 |  | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Lokasi | Pearson Correlation | .612\*\* | .428\* | .869\*\* | .750\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .018 | .000 | .000 |  |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). | | | | |  |  |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | | |  |  |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .769 | 5 |

1. **Variabel Kualitas Pelayanan**

| **Correlations** | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | x2.1 | x2.2 | x2.3 | x2.4 | x2.5 | kualitas pelayanan |
| x2.1 | Pearson Correlation | 1 | .027 | .048 | -.084 | .161 | .482\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .888 | .801 | .659 | .395 | .007 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2.2 | Pearson Correlation | .027 | 1 | -.057 | .037 | .048 | .390\* |
| Sig. (2-tailed) | .888 |  | .766 | .845 | .803 | .033 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2.3 | Pearson Correlation | .048 | -.057 | 1 | .067 | .085 | .472\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .801 | .766 |  | .726 | .654 | .009 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2.4 | Pearson Correlation | -.084 | .037 | .067 | 1 | .161 | .532\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .659 | .845 | .726 |  | .394 | .002 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| x2.5 | Pearson Correlation | .161 | .048 | .085 | .161 | 1 | .564\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .395 | .803 | .654 | .394 |  | .001 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| kualitas pelayanan | Pearson Correlation | .482\*\* | .390\* | .472\*\* | .532\*\* | .564\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .007 | .033 | .009 | .002 | .001 |  |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | |  |  |  |  |
| \*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). | | | |  |  |  |  |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .647 | 6 |

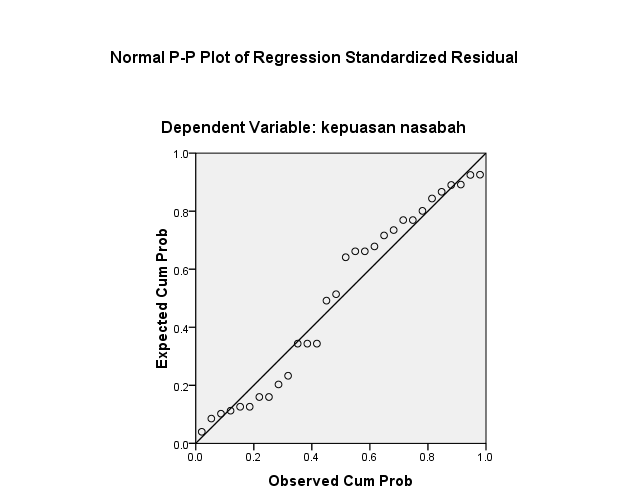
1. **Variabel Kepuasan Nasabah**

| **Correlations** | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | y1 | y2 | y3 | kepuasan nasabah |
| y1 | Pearson Correlation | 1 | .555\*\* | .283 | .762\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | .001 | .130 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| y2 | Pearson Correlation | .555\*\* | 1 | .647\*\* | .932\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .001 |  | .000 | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| y3 | Pearson Correlation | .283 | .647\*\* | 1 | .736\*\* |
| Sig. (2-tailed) | .130 | .000 |  | .000 |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| kepuasan nasabah | Pearson Correlation | .762\*\* | .932\*\* | .736\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 |  |
| N | 30 | 30 | 30 | 30 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). | | | |  |  |

| **Reliability Statistics** | |
| --- | --- |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .828 | 4 |

**Uji Asumsi Klasik**

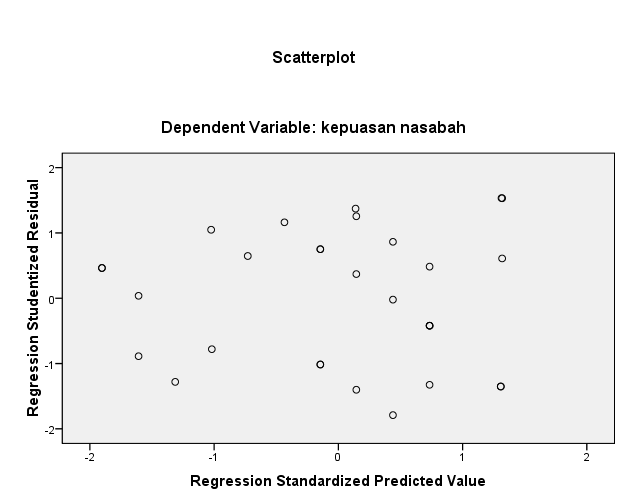
1. **Uji Normalitas**



1. **Uji Multikolinearitas**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7.304 | 3.820 |  | 1.912 | .067 |  |  |
| Lokasi | .874 | .127 | .804 | 6.863 | .000 | .963 | 1.039 |
| kualitas pelayanan | .441 | .172 | .301 | 2.570 | .016 | .963 | 1.039 |
| a. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |  |  |

1. **Uji Heteroskedastisitas**



**Uji Hipotesis**

1. **Uji F**

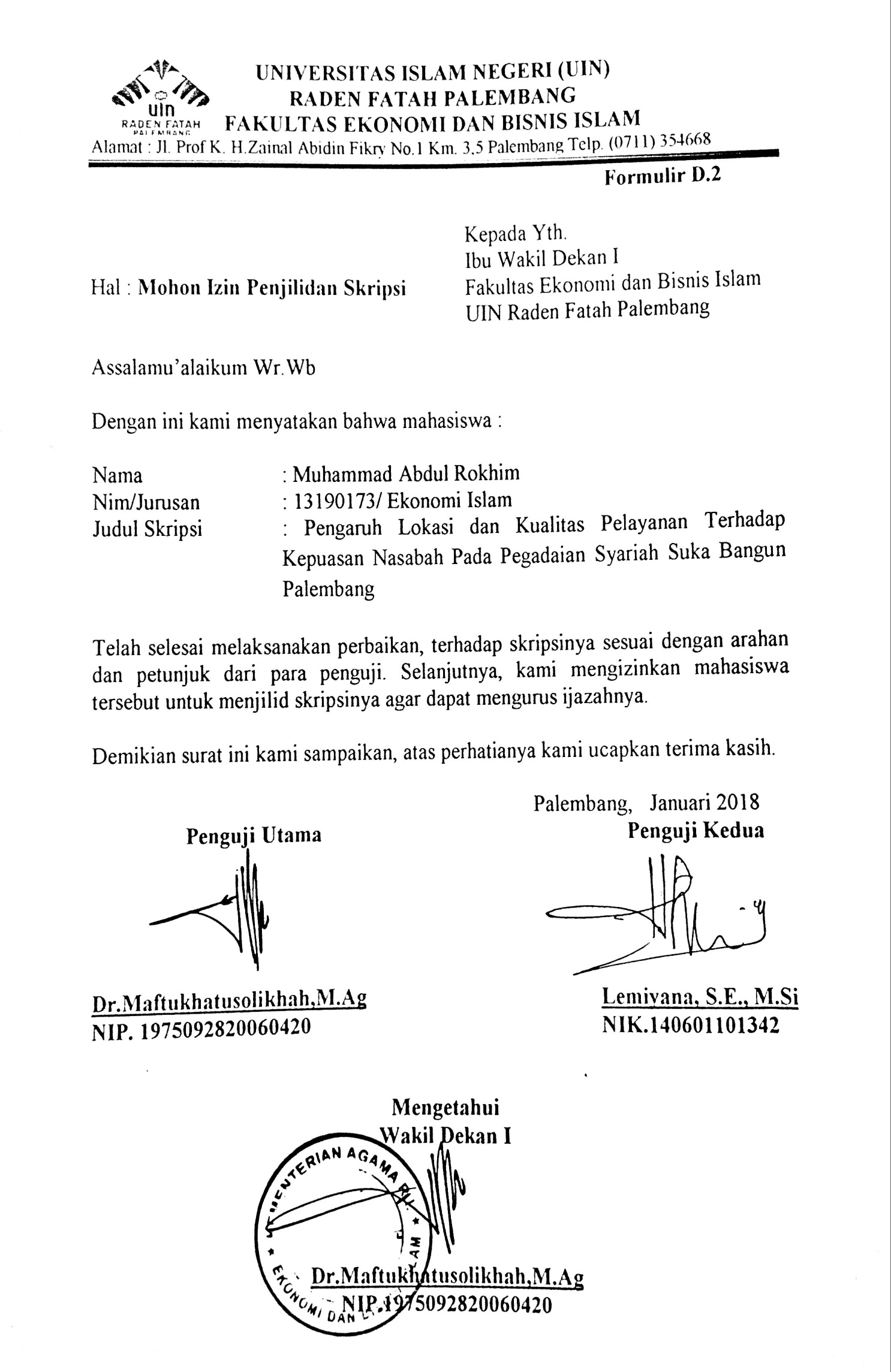
| **ANOVAb** | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 64.956 | 2 | 32.478 | 24.351 | .000a |
| Residual | 36.011 | 27 | 1.334 |  |  |
| Total | 100.967 | 29 |  |  |  |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, lokasi | | | | |  |  |
| b. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |

1. **Uji T**

| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 7.304 | 3.820 |  | 1.912 | .067 |  |  |
| Lokasi | .874 | .127 | .804 | 6.863 | .000 | .963 | 1.039 |
| kualitas pelayanan | .441 | .172 | .301 | 2.570 | .016 | .963 | 1.039 |
| a. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | |  |  |  |  |  |

**Uji determinasi koofisien R2**

| **Model Summaryb** | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .802a | .643 | .617 | 1.155 |
| a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, lokasi | | | | |
| b. Dependent Variable: kepuasan nasabah | | | | |

****

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**



Nama Lengkap : Muhammad Abdul Rokhim

Tempat, Tanggal Lahir : Musi Banyuasin, 15 Desember 1993

Kewarganegaraan : Indonesia

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Laki-laki

Email : Muhammadrokim1993@gmail.com

Alamat : Desa Karang Tirta, Kecamatan Lalan, Kabupaten Musi Banyuasin

Pendidikan : 1. SD Negeri Karang Tirta (2001-2007)

2. SMP Negeri 3 Lalan (2007-2010)

3. SMA Negeri 2 Lalan (2010-2013)

4. UIN Raden Fatah Palembang (2013-2017)

1. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml dan L.L. Berry, 1998, SERVQUAL: *A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perfection of Service Quality,* Journal of Retailing. Vol. 64. No.1 [↑](#footnote-ref-1)
2. Abdul Ghofur A, *Gadai Syariah di Indonesia*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006), Cet. I, hlm. 61-162 [↑](#footnote-ref-2)
3. Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*.(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), Cet. II, edisi I, hlm.178 [↑](#footnote-ref-3)
4. Yazid, *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: EKONISIA, 2008),Cet. IV,edisi II, h.174 [↑](#footnote-ref-4)
5. Philip Kotler*, Manajemen Pemasaran*, (Erlangga, Jakarta, 2008) [↑](#footnote-ref-5)
6. *Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek),*Penerjemah R. Subekti dan R. Tjitrosudibio (Jakarta: Pradnya Paramita, 1976), Cet VIII, Ps.1150 [↑](#footnote-ref-6)
7. Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 232 [↑](#footnote-ref-7)
8. Muhammad Syafi’i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Cetakan 1, Kerjasama Gema Insani Press dengan Tazkia Institute, GIP, Jakarta: 2001. hlm. 128. [↑](#footnote-ref-8)
9. Hadi, Muhammad Solikhul, *Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Salemba Diniyah, 2003), hlm. 3 [↑](#footnote-ref-9)
10. *Op.Cit,.* [↑](#footnote-ref-10)
11. Drs. H. Aliy As’ad, *Terjemah: Fat-hul Mu’in*, Kudus, Menara Kudus, 1979 hlm. 215 [↑](#footnote-ref-11)
12. Fatwa DSN Nomor: 25/DSN-MUI/III/2002 *tentang Rahn* [↑](#footnote-ref-12)
13. QS. Al-Baqarah ayat 283 [↑](#footnote-ref-13)
14. Hermawan kartajaya dan Muhammad Syarir Sula, *Syari’ah Marketing*, Bandung: PT. Mizan pustaka, 2006 , hlm. 203-204 [↑](#footnote-ref-14)
15. Neni Arastina, Ena Riyanti, *Hukum Jaminan, Makalah*, http://zanikhan.multiply.com/journal/item/ [↑](#footnote-ref-15)
16. Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran,* (Liberty, Jakarta, 2007), hlm 43. [↑](#footnote-ref-16)
17. Philip Kotler dan Kevin Lane *, Manajemen Pemasaran*, (Erlangga, Jakarta, 2008), hlm 201 [↑](#footnote-ref-17)
18. *Op.cit,.* [↑](#footnote-ref-18)
19. Charles W Lamb, Joseph F. Hair dan Carl McDaniel, *Pemasaran*, (Salemba Empat, Jakarta, 2001), hlm 63 [↑](#footnote-ref-19)
20. Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Ofsert Yogyakarta 2000 hlm. 41-43 [↑](#footnote-ref-20)
21. Fandi Tjiptono, *Manajemen Strategi*, (Andi Pubisher, Yogyakarta, 2008), hlm 67 [↑](#footnote-ref-21)
22. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-22)
23. *Ibid*,. [↑](#footnote-ref-23)
24. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-24)
25. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-25)
26. Toto Tasmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2002, hlm. 97 [↑](#footnote-ref-26)
27. Shanto, J.William , *Prinsip –Prinsip Pemasaran* Erlangga, Jakarta 1996 hlm : 165 [↑](#footnote-ref-27)
28. *Op.Cit,.* [↑](#footnote-ref-28)
29. Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka. Utama, 2002), hlm. 36 [↑](#footnote-ref-29)
30. *Op.Cit,.* [↑](#footnote-ref-30)
31. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-31)
32. Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia*. *Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat. hlm: 41 [↑](#footnote-ref-32)
33. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-33)
34. Yalisma Dewi. “Pengaruh Nilai Taksiran, Promosi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Kusumanegara,Yogyakarta)”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2013), Diakses 5 Agustus April 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-34)
35. Tin Agustina Karawati (2010) ‘’Pengaruh Variabel Produk, Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sederhana di Kota Malang’’. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, vol. 5. no. 1. [↑](#footnote-ref-35)
36. Annafi Masruri. “Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya”, *Skripsi,* (Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Surabaya, 2013), Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-36)
37. Sonya Mahanani. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat”, *Skripsi*, (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2010), Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-37)
38. M Guntur. “Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Surakarta”, *Skripsi,* (Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2005), Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-38)
39. Windarti. “Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Palembang”, *Skripsi,* (Palembang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2012), Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-39)
40. Satriyanti. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Konsumen Bank Muamalat Syariah di Surabaya”, *Skripsi*, (Surabaya: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya, 2012), Diakses 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-40)
41. Idayanti Nursyamsi. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) : Studi Kasus pada Perum Pegadaian di Makassar”, *Skripsi,* (Makassar: Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, 2008), Diakses pada 5 Agustus 2017. (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-41)
42. Adytomo. “Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grasia Semarang”, *Skripsi*, (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2010). Diakses 30 Juli 2017 (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-42)
43. Nadia Jessica dan Maria Istiningsih. “Pengaruh Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan tamu di hotel JW Marriot Surabaya”, *Skripsi,* (Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2010). Diakses 7 Juli 2017 (tidak diterbitkan) [↑](#footnote-ref-43)
44. Sumandi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm 21 [↑](#footnote-ref-44)
45. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-45)
46. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-46)
47. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-47)
48. *Op.cit,.* [↑](#footnote-ref-48)
49. *Ibid,.* [↑](#footnote-ref-49)
50. *Ibid.* hlm. 13 [↑](#footnote-ref-50)
51. Umar Husein, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka,2003) hlm. 99 [↑](#footnote-ref-51)
52. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.2008. hlm. 193 [↑](#footnote-ref-52)
53. Muhajirin dan Maya Panorama. *Pendekatan Praktis Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.* (Idea Press, Yoyakarta, 2017). hlm 114. [↑](#footnote-ref-53)
54. *Ibid,* hlm 120 [↑](#footnote-ref-54)
55. Soeratno & Lincolin Arsyad, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2008) hlm. 91 [↑](#footnote-ref-55)
56. Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Cet. 9 Bogor: Ghalia Indonesia, 2014) hlm. 243 [↑](#footnote-ref-56)
57. M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya,* (Bogor: Ghlmia Indonesia, 2002) hlm. 72 [↑](#footnote-ref-57)
58. *Op.cit*., hlm 61 [↑](#footnote-ref-58)
59. *Ibid.,* [↑](#footnote-ref-59)
60. Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Jakarta: MediaKom, 2010) hlm 90 [↑](#footnote-ref-60)
61. Duwi Priyatno, *Op.Cit*  hlm 97-98 [↑](#footnote-ref-61)
62. Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro. 2013. hlm. 110 [↑](#footnote-ref-62)
63. *Ibid.* hlm. 110 [↑](#footnote-ref-63)
64. Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 79 [↑](#footnote-ref-64)
65. *Ibid*. hlm 81-83 [↑](#footnote-ref-65)
66. *Ibid*. hlm 103 [↑](#footnote-ref-66)
67. Duwi Priyatno, *Op.Cit*  hlm 61-68 [↑](#footnote-ref-67)
68. Danang Sunyoto, *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*, (Yogyakarta: CAPS, 2011) hlm. 87-88. [↑](#footnote-ref-68)
69. Habiburrahman,et.al., *Mengenal Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Kuwais, 2012), hal. 267 [↑](#footnote-ref-69)
70. Habiburrahman, et.al., *Mengenal Pegadaian Syariah., Ibid,* hal. 267 [↑](#footnote-ref-70)
71. [www.pegadaian.co.id](http://www.pegadaian.co.id) (24 Agustus 2017, 15:30 WIB) [↑](#footnote-ref-71)