

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK TABUNGAN
EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH
(Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SYARAT-SYARAT PENGUJIAN SKRIPSI**

**OLEH:
DIFA IKRIMA MUDZDALIFA
NIM: 13390040**

**MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN, DAN MOTIVASI
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PRODUK TABUNGAN
EMAS DI PEGADAIAN SYARIAH
(Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SYARAT-SYARAT PENGUJIAN SKRIPSI**

OLEH:

DIFA IKRIMA MUDZDALIFA

NIM: 13390040

DOSEN PEMBIMBING :

JOKO SETYONO, SE., M.SI.

NIP. 19730703 200212 1 003

**MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2017

ABSTRACT

This research is aimed to test the influence of promotion, service quality, and motivation toward decision in choosing gold saving product at Sharia Pegadaian. The problem of this study refers to the gold saving which was unveiled simultaneously in conventional or Sharia Pegadaian in 2015. The sample of this research is the gold savings account holders in the Sharia Pegadaian at Pasar Telo Yogyakarta as many as 40 respondents. The tool for data analysis on this research is a multiple linear regression using SPSS 17. The results of the analysis showed that promotion and motivation give positive effect toward the decision of choosing the product, while service quality does not give positive effect toward the decision of choosing the product.

Key words: promotion, service quality, motivation, decision of choosing the product



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di pegadaian syariah. Permasalahan penelitian ini merujuk pada tabungan emas yang diresmikan serentak di Pegadaian konvensional maupun syariah pada tahun 2015. Sampel penelitian ini adalah nasabah tabungan emas di pegadaian syariah pasar telo Yogyakarta sejumlah 40 responden. Alat analisis data pada penelitian ini adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS 17. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi dan motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi, Keputusan Memilih Produk.





Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga FM-UINSK-BM-05-03/RO

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Difa Ikrima Mudzdalifa

Kepada
Yth. Bapak Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti dan mengoreksi serta menyarankan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama	: Difa Ikrima Mudzdalifa
NIM	: 13390040
Judul Skripsi	: “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)”

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Manajemen Keuangan Syariah.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 06 Mei 2017

Pembimbing

Joko Setyono, SE., M.Si
NIP. 19730703 200212 1 003



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor : B-2382/Un.02/DEB/PP.05.3/05/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)"

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa
NIM : 13390040
Telah dimunaqasyahkan pada : Jum'at, 26 Mei 2017
Nilai Munaqasyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Joko Setyono, SE., M.Si
NIP. 19730703 200212 1 003

Penguji I

Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.SI., AK., CA
NIP. 19710929 200003 1 001

Penguji II

Jauhar Faradjs, S.H.II., M.A.
NIP. 19840523 201101 1 008

Yogyakarta, 30 Mei 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syafo Mahmadah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa


NIM : 13390040

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote*, dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 06 Mei 2017

Penyusun

Difa Ikrima Mudzdalifa
NIM.13390040

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa
NIM : 13390040
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (non-exclusive royalty free right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 06 Mei 2017

Yang menyatakan


(Difa Ikrima Mudzdalifa)

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa
Tempat/ Tanggal Lahir : Yogyakarta, 24 April 1994
NIM : 13390040
Jurusan/ Progam Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Alamat : Karang RT 3 RW 3, Singosaren, Banguntapan,
Bantul

Dengan ini menyatakan bahwa pasphoto yang disertakan pada ijazah saya memakai **Kerudung/ Jilbab** adalah atas kemauan saya sendiri dan segala konsekuensi/risiko yang dapat timbul di kemudian hari adalah tanggung jawab saya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam mengikuti Ujian Tugas Akhir pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan agar yang berkepentingan maklum.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Mei 2017
yang membuat pernyataan,



(Difa Ikrima Mudzdalifa)

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye

ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k	ka
ل	Lām	l	el
م	Mīm	m	em
ن	Nūn	ssn	en
و	Wāwu	w	w
هـ	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	ﺀ	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-aulyā'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌-----	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----◌-----	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌-----	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ḏukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaḏhabu</i>

E. Vokal Panjang

fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
fathah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
Dammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

fathah + yā' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
fathah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لنشكرتم	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Ayah ibu tercinta, ayah Mujahidin MAR dan ibu Fauna

Fitriana, serta adik tersayang Ramadhan MAR.

Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi Manajemen Keuangan Syariah

Keluarga Besar Mahasiswa

Manajemen Keuangan Syariah 2013

Uin Suka Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta)”** sebagai syarat menyelesaikan program Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi MA. Ph.D. selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak H. Yazid Afandi, M.Ag. selaku ketua prodi Manajemen Keuangan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi
5. Bapak Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Keluargaku Bapak Mujahidin MAR, S.E. dan Ibu Fauna Fitriana serta Ramadhan Chairan Maulana MAR yang saya sayangi.
8. Mbak Yayuk Sujiyati, mbak Merviana, dan pak Suharwanto selaku pihak Pegadaian Syari'ah Pasar Telo Yogyakarta.
9. Sahabat- sahabatku semua: annisa, bravi, fatiha, heni, ika, lintang, ratih, hana, muti, naji, urfi, dan avine.
10. Responden dari nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta.

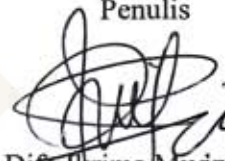
11. Teman- teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang tidak bisa saya sebutkan satu- satu.

12. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran untuk penyempurnaan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 06 Mei 2017

Penulis



Difa Ikrima Mudzdalifa

NIM: 13390040



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	i
HALAMAN JUDUL	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
HALAMAN ORISINILITAS SKRIPSI	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xv
KATA PENGANTAR	xvi
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR GRAFIK	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan	9
D. Manfaat	10
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori	12
1. Perilaku konsumen	12
a. Pengertian perilaku konsumen	12
b. Model perilaku konsumen	13
c. Konsep pengambilan keputusan	16
d. Perilaku konsumen dalam Islam	19
2. Pemasaran	20
3. Pemasaran dalam Islam	21
4. Promosi (<i>Marketing</i>)	23
5. Kualitas Pelayanan	26
6. Motivasi	28
7. Promosi Dalam Islam	31
8. Kualitas Pelayanan Dalam Islam	32
9. Motivasi Dalam Islam	36
10. Pengertian Tabungan Emas	37
B. Telaah Pustaka	38
C. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	47
B. Waktu dan Tempat	47

C. Sumber Data.....	48
D. Metode Pengumpulan Data.....	49
E. Populasi dan Sampel.....	49
F. Analisis Statistik Deskriptif.....	51
G. Instrumen Penelitian.....	51
H. Definisi Operasional Variabel.....	53
I. Alat Uji Instrumen Penelitian.....	57
J. Teknik Analisis Data.....	58
1. Uji asumsi klasik.....	58
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3. Pengujian Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMABAHASAN	
A. Analisis Deskriptif.....	63
B. Analisis Uji Statistik.....	66
C. Teknik Analisis Data.....	68
D. Hasil Uji Hipotesis.....	75
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	86
B. Implikasi.....	87
C. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.3 Indikator variabel	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan JK.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas	72
Tabel 4.8 Uji Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.9 Uji signifikansi simultan (Uji F)	76
Tabel 4.10 Uji koefisien determinasi (R^2).....	76
Tabel 4.11 Uji signifikansi parsial (Uji T)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	13
Gambar 2.2 Proses Pengambilan Keputusan.....	18
Gambar 2.3 Kerangka Teori	43
Gambar 4.1 Uji Statistik Non Parametric Kolmogorov Smirnov (K-S) ...	70
Gambar 4.2 <i>Scatterplot</i>	73



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Ikhtisar Non Keuangan Nasabah Omset PT. Pegadaian	3
Grafik 1.2 Ikhtisar Data Keuangan PT. Pegadaian.....	4
Grafik 4.2 Normalitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	94
Lampiran 2. Data Penelitian	98
Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	102
Lampiran 4. Uji Prasyarat dan Analisis Data	105
Lampiran 5. Uji Hipotesis	108
Lampiran 6. Gambaran Umum Pegadaian	109
Lampiran 7. Tabel Telaah Pustaka	111
Lampiran 8. Surat Keterangan Penelitian.....	116
Lampiran 9. Foto Kegiatan.....	117
Lampiran 10. CV (Curriculum Vitae)	118



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keadaan pasar yang berubah sangat cepat mengakibatkan pelanggan sangat sensitif terhadap harga dan kualitas. Berbagai faktor lingkungan mempengaruhi perkembangan sektor jasa seperti konsumen, kompetitor baru, saluran distribusi, sosial budaya, dan saluran komunikasi baru yang semakin canggih. Pengembangan terhadap suatu produk perlu dilakukan untuk menarik minat pelanggan. Perusahaan harus mengetahui kelemahan yang dimiliki perusahaan lain dan memanfaatkan peluang tersebut.

Persaingan dalam industri jasa gadai yang cukup banyak dan mudah ditemui di berbagai tempat, berpotensi mengurangi penjualan produk suatu perusahaan dalam industri. Karena semakin ketatnya persaingan, perusahaan dituntut untuk selalu memberikan layanan terbaik dan termudah kepada nasabah agar perusahaan tetap dapat mempertahankan pangsa pasarnya dalam industri gadai.

PT Pegadaian adalah perusahaan BUMN di Indonesia yang usahanya adalah bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Sebagai suatu badan usaha yang terus berkembang, Pegadaian dituntut untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dalam industri gadai.

Tabungan emas adalah produk baru di Pegadaian yang melayani pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Produk tabungan emas ini diluncurkan dengan tujuan untuk

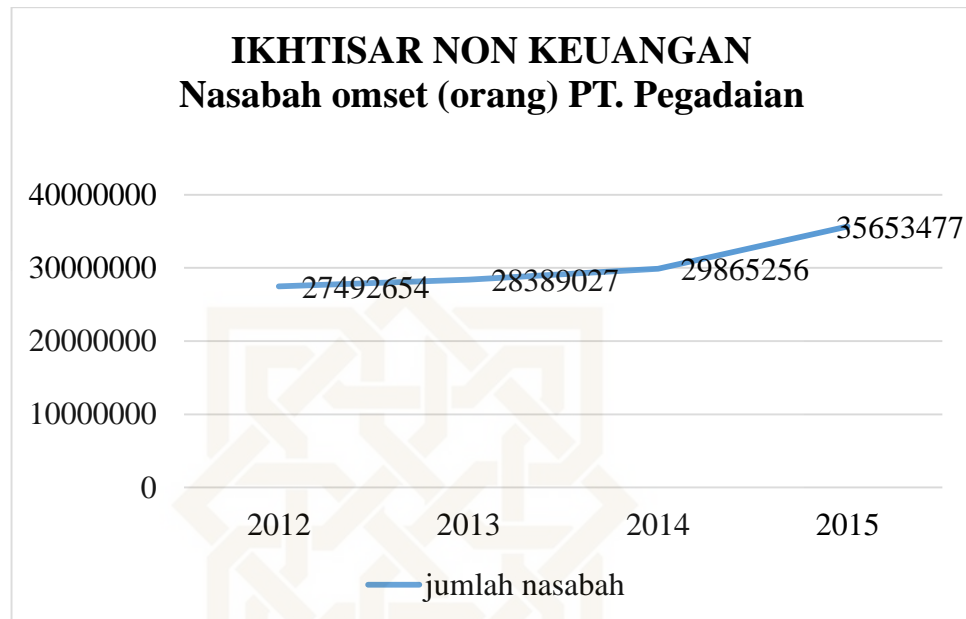
memfasilitasi masyarakat yang ingin membeli emas dengan modal yang seminimal mungkin. Berbeda dengan kredit emas di perbankan, tabungan emas bisa didapat dengan modal yang sangat kecil, tidak ada jangka waktu untuk angsuran, dan tidak menggunakan jaminan apapun. Apalagi bukan hanya orang tua saja yang bisa membuka tabungan emas di Pegadaian, anak sekolah pun juga bisa mulai menabung emas.

Produk tabungan emas sudah resmi diluncurkan di Pegadaian konvensional maupun syariah seluruh Indonesia. Kehadiran Pegadaian Syariah sangatlah dibutuhkan keberadaannya karena kegiatannya yang sesuai dengan syariat Islam. Tidak hanya untuk masyarakat muslim, namun seluruh masyarakat bisa menggunakan Pegadaian Syariah sebagai tempat gadai maupun jual beli emas. Dengan adanya Pegadaian Syariah, masyarakat tidak dikhawatirkan lagi dengan adanya praktek riba, gharar, maupun maysir.

Sejak diluncurkan oleh Presiden Joko Widodo di Garut pada 5 Juli 2015 hingga akhir April 2016, tabungan emas telah mencapai 220.000 rekening. Data per 25 Oktober 2016, Pegadaian telah membukukan transaksi sebanyak 530.000 rekening dari 525.000 nasabah. Dari transaksi tersebut tercatat saldo tabungan emas seberat 582,2 kilogram setara dengan Rp 320,6 miliar.

Dilihat dari data ikhtisar PT. Pegadaian, pada tahun 2015 kinerja perusahaan baik dari sisi operasional maupun keuangan mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 10% dari tahun sebelumnya, pertumbuhan

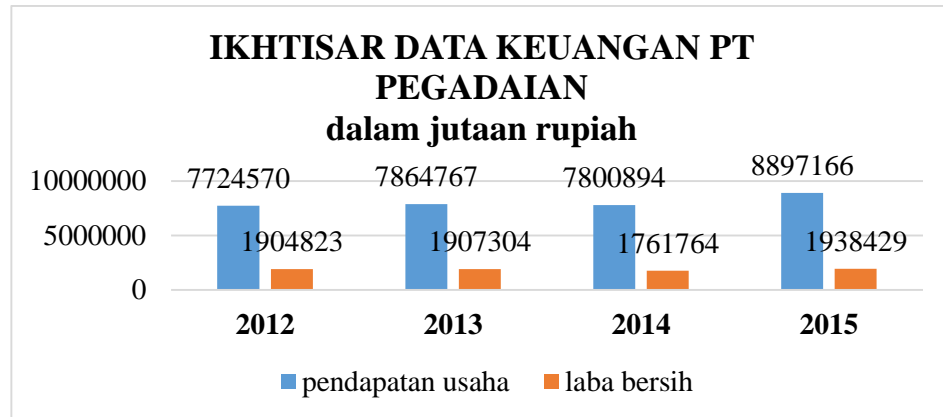
yang paling signifikan terdapat pada jumlah nasabah hingga mencapai angka 23%.



Grafik 1.1 Ikhtisar Non Keuangan Nasabah Omset (Orang)
PT. Pegadaian

Sumber : Laporan Tahunan PT Pegadaian, 2015

Grafik di atas menyatakan peningkatan nasabah yang signifikan dari 29.865.256 menjadi 35.653.477 pada tahun 2015. Dari tahun 2012 sampai 2014 terjadi peningkatan namun tidak signifikan, hanya terjadi peningkatan sekitar 1 juta nasabah tiap tahunnya. Namun, tahun 2015 terdapat peningkatan yang signifikan sebesar 5.788.211 nasabah. Peningkatan jumlah nasabah ini mempengaruhi jumlah pendapatan dan laba bersih PT. Pegadaian.



Grafik 1.2 Ikhtisar Data Keuangan PT. Pegadaian

Sumber: Laporan Tahunan PT Pegadaian, 2015

Dilihat dari grafik di atas, pendapatan usaha PT. Pegadaian mengalami peningkatan dari tahun 2014 ke tahun 2015 yaitu Rp 7.800.894,00 ke Rp 8.897.166,00 dan laba bersih dari 1.761.764 ke 1.938.429. Dilihat dari tahun 2012 dan 2013, pendapatan dan laba bersih terdapat peningkatan tetapi tidak signifikan. Pada tahun 2014 sempat mengalami penurunan. Namun, pada tahun 2015 pendapatan PT. Pegadaian mengalami peningkatan pendapatan usaha sebesar 1.096.272 dan laba bersih sebesar 176.665.

Dari data di atas, dapat dikatakan bahwa dari awal peluncurannya tabungan emas mulai menarik minat masyarakat untuk membuka rekening tabungan emas. Salah satu kegiatan pemasaran dalam bauran pemasaran adalah promosi. Dalam teori *Black Box* yang dipaparkan Kotler, promosi merupakan salah satu faktor dalam proses keputusan pembelian. Promosi merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan (Kotler dan Amstrong,

2008: 116). Tujuan dengan diadakannya kegiatan promosi yaitu menciptakan atau meningkatkan awareness produk atau *brand*, meningkatkan preferensi *brand* pada target pasar, meningkatkan penjualan atau *market share*, mendorong pembelian ulang merek yang sama, memperkenalkan produk baru, dan menarik pelanggan baru (Hasan, 2009: 367).

Menurut Cravens (Widagdo, 2011: 3), promosi memainkan peranan yang sangat penting dalam menempatkan posisi di mata dan benak pembeli, karena promosi pada hakekatnya untuk memberitahukan, mengingatkan, membujuk pembeli serta pihak lain yang berpengaruh dalam proses pembelian. Promosi merupakan cara untuk memberitahukan tabungan emas kepada masyarakat sehingga masyarakat mengetahui apa itu tabungan emas dan fungsi dari tabungan emas tersebut. Bauran promosi atau *promotional mix* dibagi menjadi lima sarana promosi, yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung (Kotler dan Amstrong, 2008:117). Kelima aspek tersebut sebaiknya dilakukan jika promosi menghasilkan timbal balik yang baik.

Dalam promosi, Pegadaian Syariah unit Pasar Telo memiliki kelemahan karena tidak ada bagian pemasaran tersendiri sehingga kegiatan pemasar belum bisa dikatakan maksimal. Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah unit Pasar Telo hanya iklan, penjualan personal dan hubungan masyarakat saja, belum semua aspek promosi digunakan. Iklan yang dilakukan Pegadaian Syariah unit Pasar Telo hanya melalui media radio. Pada saat ini, tidak semua orang menggunakan radio. Sehingga, promosi di radio kurang

efektif karena tidak semua masyarakat menggunakan radio. Selain itu, penjualan personal dilakukan lebih banyak kepada masyarakat yang menggunakan jasa gadai di Pegadaian tersebut maupun kerabat pegawai Pegadaian Syariah unit Pasar Telo. Karena itu, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang tabungan emas.

Pertumbuhan perusahaan jasa harus diikuti dengan kualitas pelayanannya. Pada prinsipnya definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2011:331). Pelayanan jasa dari tahun ke tahun harus mengalami peningkatan karena kepuasan pelanggan pada perusahaan jasa menjadi salah satu aspek dalam memilih suatu produk pada suatu perusahaan.

Menurut Gronroos, persepsi kualitas yang baik/ positif diperoleh bila kualitas yang dialami (*experienced quality*) memenuhi harapan pelanggan (*expected quality*). Bila harapan pelanggan tidak realistis, maka persepsi kualitas total (*total perceived quality*) akan rendah, walaupun kualitas yang dialami baik (Tjiptono, 2011:333). Kualitas pelayanan yang stagnan dan tidak ada perubahan dalam melayani pelanggan dapat mengakibatkan konsumen akan pindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian kepada pelanggan dalam memengaruhi masyarakat untuk memilih tabungan emas tidak ada perbedaan dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan yang menggunakan jasa produk gadai lainnya. Tidak ada pelayanan khusus untuk nasabah tabungan emas. Untuk menarik pelanggan, sebaiknya pihak Pegadaian memberikan

pelayanan yang terbaik untuk menarik pelanggan agar tertarik memilih tabungan emas.

Dalam usaha memasarkan tabungan emas, pihak pegadaian juga harus menumbuhkan motivasi menabung pada diri masyarakat. Masyarakat harus terdorong untuk menabung sehingga masyarakat mau memilih tabungan emas di Pegadaian tersebut. Mathis dan Jackson (Wilson Bangun, 2012:312) mengatakan motivasi merupakan hasrat di dalam seseorang menyebabkan orang tersebut melakukan suatu tindakan. Hasrat tersebut harus dipengaruhi oleh sesuatu yang dapat memengaruhi seseorang mau menabung di Pegadaian. Sebuah motif (*motive*) atau dorongan (*drive*) adalah kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan (Kotler dan Amstrong, 2001:212). Pegadaian dalam memasarkan tabungan emas, seharusnya memberikan edukasi atau literasi keuangan pada masyarakat tentang menabung khususnya menabung dengan tabungan emas sehingga masyarakat mengerti pentingnya menabung. Pihak Pegadaian sudah melakukan literasi keuangan terhadap masyarakat, namun kegiatan tersebut hanya dilakukan di beberapa tempat saja, seperti lembaga- lembaga maupun sekolahan, tidak menyebar pada seluruh lapisan masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Herry Widagdo (2011) menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi keputusan konsumen membeli suatu produk. Penelitian Rindang Lista Sari (2014) juga mengatakan bahwa variabel promosi mempengaruhi keputusan terhadap pembelian suatu produk. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Asih

Purwanto (2008) menyatakan bahwa variabel promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Muladi Wibowo (2010) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. Lalu, penelitian yang dilakukan oleh Musliana Ratnasari (2016) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan memilih suatu produk. Hasil penelitian tentang variabel promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tidak selalu sama, sehingga peneliti tertarik apakah variabel tersebut memengaruhi atau tidak keputusan memilih produk pada penelitian kali ini. Selain itu, penelitian ini juga menambahkan variabel motivasi. Menurut penelitian Dewi Urip Wahyuni (2008) menjelaskan bahwa variabel motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian suatu produk. Tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Bilondatu (2013) mengatakan bahwa variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli suatu produk. Karena adanya perbedaan hasil penggunaan variabel motivasi, maka peneliti juga tertarik meneliti variabel motivasi pada penelitian ini apakah hasilnya sama dengan penelitian sebelumnya atau tidak.

Dari pernyataan di atas dan belum pernah ada penelitian tentang produk tabungan emas menjadi alasan penulis untuk meneliti faktor- faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk memilih produk tabungan emas ini. Penelitian ini mencoba menggambarkan bagaimana pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan memilih produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Unit Pasar Telo Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?
4. Apakah motivasi berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan pengaruh promosi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.

2. Menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.
3. Menjelaskan pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademik, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan pengembangan penelitian dimasa yang akan datang.
2. Bagi Lembaga Terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja perusahaan serta sebagai motivasi untuk mengembangkan lembaga lebih baik.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan serta kemampuan dalam hal kepenulisan dan analisis.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada skripsi ini terdiri dari 5 bab. Keseluruhan bab yang ada menggambarkan alur pemikiran dalam penelitian ini. Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan yang berisi: latar belakang yaitu gambaran secara singkat permasalahan tentang penelitian yang dilakukan, rumusan masalah yaitu uraian permasalahan penelitian dari latar belakang yang dibuat dalam bentuk pertanyaan, tujuan yang ingin dicapai dalam

penelitian ini dan manfaat penelitian bagi akademik, lembaga, dan peneliti, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang landasan teori yang di dalamnya terdapat 4 pembahasan yaitu telaah pustaka, kerangka teori, kerangka pemikiran, dan hipotesis. Peneliti membagi kerangka teori yang dirasa sesuai dan mendukung penelitian ini adalah teori perilaku konsumen yang dipaparkan oleh Kotler dan Amstrong yaitu teori *Black Box*.

Bab ketiga menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini, akan dibahas tentang jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, analisis statistik deskriptif, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, dan alat uji statistik.

Bab keempat berisi tentang analisis deskriptif responden dan pembahasan yang merupakan hasil dari penelitian ini. Analisis deskriptif responden merupakan penyederhanaan data agar mudah dibaca. Pada bagian ini juga akan dipaparkan beberapa analisis data, pengolahan data, dan beberapa pengujian terhadap instrumen penelitian ini dengan dibantu aplikasi *SPSS 17 for Windows*.

Bab kelima berisi tentang penutup yang meliputi kesimpulan atas pengujian hipotesis, implikasi, dan saran atas hasil proses penelitian yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi terhadap keputusan memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah Unit Pasar Telo sebagaimana telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan nilai F hitung sebesar $10.969 > F$ tabel yaitu 2.85 dengan signifikansi yaitu 0.000 kurang dari 0.05. Dapat disimpulkan bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo. Variabel promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi merupakan faktor yang dapat memengaruhi seseorang mengambil keputusan memilih suatu produk dalam teori Blackbox. Hal tersebut dibuktikan pada penelitian ini bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan, dan motivasi bersama-sama memengaruhi keputusan memilih suatu produk.
- b. Berdasarkan Uji T pada variabel promosi diketahui bahwa t hitung variabel promosi adalah $3.483 > t$ tabel 1.68830 dengan signifikansi $0.001 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo. Hal ini dapat disebabkan karena promosi- promosi yang dilakukan Pegadaian

menarik masyarakat untuk mau menjadi nasabah tabungan emas. Dengan promosi, masyarakat juga mengetahui kegunaan dan manfaat tabungan emas Pegadaian.

- c. Berdasarkan Uji T pada variabel kualitas pelayanan menyatakan bahwa t hitung variabel kualitas pelayanan yaitu $0.358 < t$ tabel 1.68830 dengan signifikansi $0.722 > 0.05$, sehingga variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan Pegadaian tidak memengaruhi keputusan nasabah memilih tabungan emas karena nasabah hanya ingin kebutuhan mereka terpenuhi yaitu dapat menabung emas, tanpa melihat pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian.
- d. Berdasarkan Uji T pada variabel motivasi menyatakan bahwa t hitung variabel motivasi $2.240 > t$ tabel 1.68830 dengan signifikansi $0.031 < 0.05$, sehingga variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo. Motivasi memengaruhi nasabah karena mereka memiliki keinginan untuk mendapatkan emas dengan cara yang mudah dan murah.

B. Implikasi

Penelitian ini membahas tentang perilaku konsumen terhadap keputusan memilih produk. Teori perilaku konsumen yaitu *Black Box* menyatakan

bahwa promosi dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk memilih produk. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi mempengaruhi nasabah untuk memilih produk tabungan emas di Pegadaian Syariah. Artinya bahwa kegiatan promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah mempengaruhi masyarakat untuk mau menjadi nasabah tabungan emas di Pegadaian Syariah. Pegadaian Syariah harus meningkatkan kegiatan promosinya tentang tabungan emas supaya lebih banyak lagi nasabah yang mau memilih produk tabungan emas. Begitu juga dengan motivasi individu yang dapat mempengaruhi individu tersebut untuk memilih suatu produk. Motivasi masyarakat untuk menabung dapat mempengaruhi keberhasilan produk tabungan emas.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diambil, maka saran yang diberikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan seluruh variabel yang mempengaruhi minat keputusan memilih tabungan emas, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menemukan variabel yang mempengaruhi produk tabungan emas.
2. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan tema yang sama diharapkan mampu melakukan penyempurnaan dengan memperluas ruang lingkup terkait variabel dan jumlahnya maupun teknik analisis data.

3. Bagi Pegadaian Syariah, kualitas pelayanan yang diberikan oleh Pegadaian sudah baik, namun perlu ditingkatkan dengan fitur- fitur yang menarik dan memudahkan nasabah dalam bertransaksi di Pegadaian Syariah khususnya tabungan emas sehingga diharapkan lebih banyak masyarakat yang tertarik memilih produk Pegadaian, khususnya tabungan emas.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Buku:

- Anshori, Muslich & Sri Iswati. 2009. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Atmosudirdjo, Prajudi. 1982. *Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Azwar, Saifuddin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Az- Zuhaili, Wahbah. 2012. *Tafsir Al- Wasith (Al Faatihah- At- Taubah)*. Jakarta: Gema Insani.
- Bangun, Wilson. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisa Butir Untuk Instrumen*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Hasan, Ali. *Marketing*. 2009. Yogyakarta: Medpress.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2001. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Prinsip- Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen, C. John & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mufraini, Muhammad Arief. 2011. *Etika Bisnis Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.
- Muhammad. 2007. *Aspek Hukum Dalam Muamalat*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mustafa, Zainal. 2013. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sanjaya, Wina. 2013. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode, Dan Prosedur*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business: Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods For Business: Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Shibab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al Mishbah*: . Jakarta: Lentera Hati.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: Penerbit LP3ES.
- Sunyoto, Danang. 2007. *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan Kasus*. Yogyakarta: Amara Books.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2012. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandi. 2011. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Bayu Media.

Jurnal, Tesis, dan Skripsi:

- Bilondatu, Machrani Rinandha. *Motivasi, Persepsi, Dan Kepercayaan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepeda Motor Yamaha Di Minahasa*. Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 710-720. Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Hariadi, Doni. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen vo. 1 No. 8 2012 STIESIA Surabaya.
- Lengkey, Lanny N.A. dan Rita Taroreh. *Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur*. Jurnal EMBA Vol.2 No.4 Desember 2014, Hal. 154-166, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Purwanto, Asih. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*. Skripsi (2008). Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Ratnasari, Musliana. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta*. Skripsi (2016). Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Saputra, Rico dan Prof. Hatane Semuel, S.E.,M.S.. *Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo*. Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12, Universitas Kristen Petra.
- Sari, Rindang Lista, Silvya L. Mandey, dan Agus Supandi Soegoto. *Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara*. Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal. 1222-1232, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Wahyuni, Dewi Urip. *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek "Honda" di Kawasan Surabaya Barat*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 1, Maret 2008: 30-37.
- Weenas, Jackson R.S.. *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Wibowo, Muladi. *Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syari'ah*. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 1, No. 1, 2010, pp: 34-40.
- Widagdo, Herry. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang*. Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 1 No. 1 September 2011.
- Wulandari, Frida Setya Ayu. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan (Studi Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)*. Skripsi (2015). Universitas Islam Negeri Yogyakarta.

Website:

<http://www.pegadaian.co.id/pegadaian-tabungan-emas.php>

Tatang, M. Amirin. (2010, November 1). Skala Likert: Penggunaan Dan Analisis Datanya. Diperoleh tanggal 2 Februari 2017 dari <https://tatangmanguny.wordpress.com/2010/11/01/skala-likert-penggunaan-dan-analisis-datanya/>

Widianto, Satrio. (2016, 30 Oktober). *Gerakan Menabung Emas Terus Dimasyarakatkan*. Diperoleh tanggal 2 Januari 2017 dari <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2016/10/30/gerakan-menabung-emas-terus-dimasyarakatkan-383455>





LAMPIRAN

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Perihal : permohonan pengisian kuesioner
Judul skripsi : **Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi
Investasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan
Emas di Pegadaian Syariah**

Kepada Yth.
Bapak/ Ibu/ Sdr/i nasabah
Pegadaian Syariah
di Yogyakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi yang digunakan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S1 di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, maka saya :

Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa
Jurusan : Manajemen Keuangan Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Memohon dengan sangat kepada bapak/ Ibu/ Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar- benarnya yang nantinya akan digunakan sebagai bahan penelitian. Setiap jawaban yang benar diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini. Semoga hasil penelitian yang saya lakukan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Atas bantuan dan kesediaan bapak/ ibu/ sdr/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Difa Ikrima M

(Lanjutan)

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Umur : tahun
4. Jenis kelamin : Laki- laki/ Perempuan
5. Pekerjaan : a) Pelajar/Mahasiswa/i
b) Wiraswasta
c) Pegawai Negeri
d) Pegawai Swasta
e) Ibu rumah tangga
f) lainnya.....

B. Daftar Pertanyaan Wawancara

Pilihlah salah satu tanggapan yang dianggap paling sesuai dengan kriteria-kriteria yang dimiliki oleh Pegadaian Syariah, dengan menggunakan petunjuk berikut ini untuk menjawab pertanyaan tersebut. Kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

(Lanjutan)

Pilihlah jawaban yang menurut anda benar dengan menggunakan tanda silang (V)

PROMOSI

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang tabungan emas dapat menjangkau banyak calon pembeli				
2	Promosi yang dilakukan Pegadaian Syariah tentang tabungan emas sangat menarik				
3	Pegadaian Syariah sering mempromosikan tabungan emas untuk memantapkan penerimaan informasi tentang tabungan emas				
4	Bahasa dalam mempromosikan tabungan emas yang dilakukan Pegadaian Syariah mudah dipahami				

KUALITAS PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Pegawai Pegadaian Syariah berpakaian rapi				
2	Kemampuan pelayanan Pegadaian Syariah dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan tepat waktu				
3	Pegawai Pegadaian Syariah bersedia memberikan pelayanan yang terbaik				
4	Pegadaian Syariah dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan dalam menyimpan emas				
5	Pegawai Pegadaian Syariah memberikan perhatian kepada nasabah				

MOTIVASI

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
----	------------	----	---	----	-----

1	Produk tabungan emas bisa menjadi alternatif investasi emas				
2	Tabungan emas menjadi salah satu media penyimpanan emas yang aman				
3	Saya terdorong memiliki tabungan emas karena sedang <i>trend</i> di masyarakat				
4	Keluarga atau kerabat mendukung saya untuk memiliki tabungan emas Pegadaian Syariah				
5	Saya merasa senang memiliki tabungan emas Pegadaian Syariah				

KEPUTUSAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat membeli produk tabungan emas Pegadaian Syariah				
2	Saya akan merekomendasikan tabungan emas Pegadaian Syariah kepada keluarga atau kerabat saya				
3	Saya akan rajin menabung emas dengan tabungan emas di Pegadaian Syariah				
4	Saya memilih tabungan emas di Pegadaian Syariah karena saya percaya kemampuan Pegadaian Syariah dalam mengelola emas				

***** TERIMAKASIH ATAS KERJASAMA BAPAK/ IBU/

SDR/I*****

Lampiran 2. Data Penelitian

NO	PROMOSI (X1)				TOTAL	KUALITAS PELAYANAN (X2)					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	3	3	4	4	14	4	4	4	4	4	16
2	4	3	3	3	13	4	4	4	3	4	15
3	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16
4	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12
5	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	15
7	3	3	3	4	13	4	4	4	4	4	16
8	4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	14
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16
11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12
12	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	15
13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16
14	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	16
15	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	16
16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	16
17	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12
18	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	12
19	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	16
20	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	12

21	3	4	2	3	12	3	3	3	3	3	12
22	3	4	3	3	13	3	4	4	4	4	16
23	3	4	3	3	13	3	3	3	4	3	13
24	3	3	3	4	13	4	3	4	4	4	15
25	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	14
27	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	16
28	3	4	3	3	13	4	3	4	4	3	14
29	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	12
30	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	14
31	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	16
32	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	15
33	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	15
34	3	3	3	3	12	4	4	3	4	3	14
35	4	4	3	4	15	4	3	3	3	3	12
36	3	4	3	4	14	3	3	3	3	3	12
37	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	12
38	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	15
39	3	4	3	4	14	4	3	4	4	3	14
40	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	15
TOTAL	141	147	137	143	568	148	139	148	148	142	577

NO	MOTIVASI(X3)					TOTAL	KEPUTUSAN(Y)				TOTAL
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y1	Y2	Y3	Y4	
	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	13
1	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12
2	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
3	4	4	2	3	3	16	3	3	3	3	12
4	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
5	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
6	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
7	4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	14
8	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
11	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15
12	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
13	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
14	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	16
15	3	3	2	2	4	14	4	3	3	3	13
16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	3	12
17	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15
18	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
19	4	4	2	3	3	16	3	3	3	3	12
20	4	4	2	3	3	16	3	3	3	3	12
21	4	4	3	3	3	17	4	3	3	3	13

22	3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	15
23	4	3	3	3	4	17	3	4	3	3	13
24	4	4	3	3	4	18	4	4	4	2	14
25	3	4	4	4	4	19	4	4	4	2	14
26	3	4	3	3	3	16	4	4	4	2	14
27	3	3	3	4	3	16	4	4	4	4	16
28	3	4	4	3	3	17	4	4	4	2	14
29	3	4	2	3	3	15	4	4	3	2	13
30	3	4	3	3	3	16	4	4	4	4	16
31	3	4	4	3	4	18	3	3	4	2	12
32	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	15
33	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15
34	3	4	3	4	4	18	3	4	4	4	15
35	4	3	3	3	3	16	4	3	3	4	14
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
37	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	16
38	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
40	147	152	126	137	142	704	148	146	144	133	571

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

A. Uji Validitas

1. Variabel Promosi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PROMOSI 1	10.67	1.353	.515	.638
PROMOSI 2	10.52	1.487	.436	.684
PROMOSI 3	10.77	1.204	.588	.589
PROMOSI 4	10.63	1.420	.457	.673

2. Variabel Kualitas pelayanan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KUALITAS PELAYANAN 1	14.43	2.610	.722	.853
KUALITAS PELAYANAN 2	14.65	2.695	.576	.888
KUALITAS PELAYANAN 3	14.43	2.456	.850	.823
KUALITAS PELAYANAN 4	14.43	2.610	.722	.853
KUALITAS PELAYANAN	14.58	2.507	.718	.854

(Lanjutan)

3. Variabel Motivasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MOTIVASI 1	13.93	2.481	.275	.738
MOTIVASI 2	13.80	2.421	.423	.690
MOTIVASI 3	14.45	1.946	.452	.686
MOTIVASI 4	14.18	1.840	.654	.587
MOTIVASI 5	14.05	1.997	.609	.614

B. Uji Reliabilitas

1. Variabel Promosi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	4

(Lanjutan)

2. Variabel Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	5

3. Variabel Motivasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

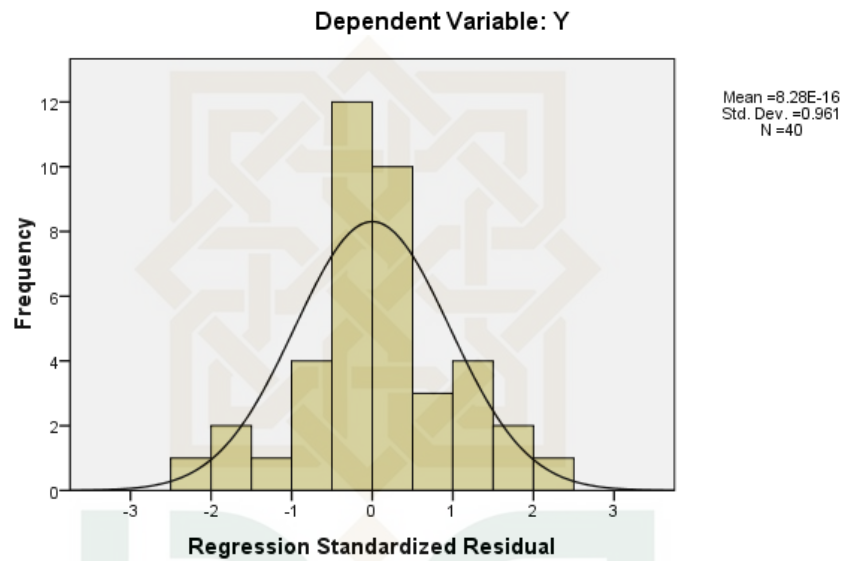
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	5

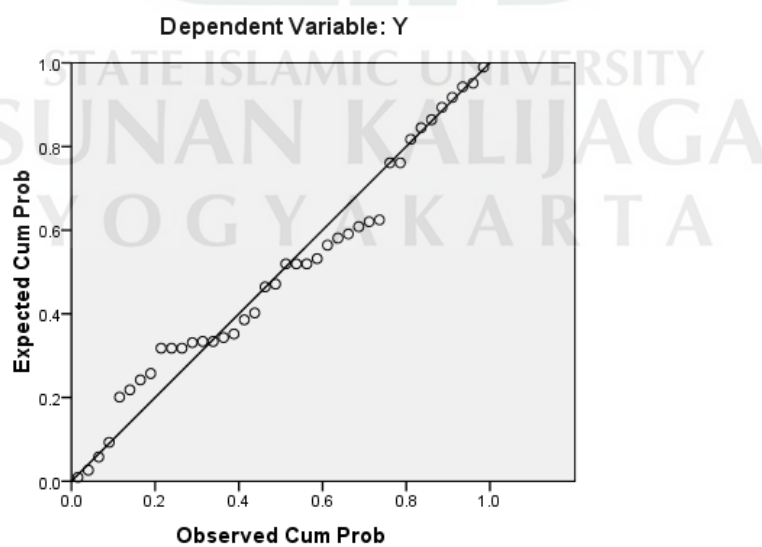
Lampiran 4. Uji Prasyarat dan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



(Lanjutan)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.15727777
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.120
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.762
Asymp. Sig. (2-tailed)		.607

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

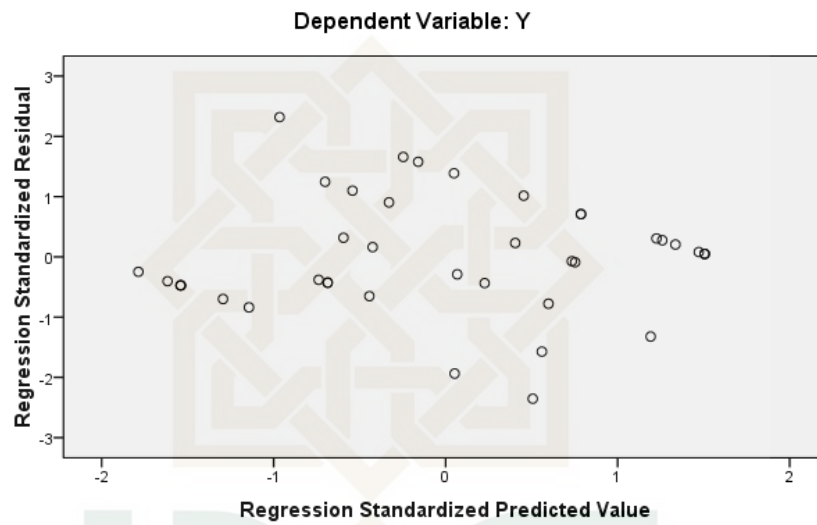
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.370	2.483	.552	.584		
	PROMOSI	.523	.150	.487	3.483	.743	1.345
	KUALITAS PELAYANAN	.038	.105	.046	.358	.722	.866
	MOTIVASI	.272	.122	.300	2.240	.031	.808

a. Dependent Variable: Y

(Lanjutan)

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.282	1.550		.827	.414
PROMOSI	-.172	.094	-.338	-1.831	.075
KUALITAS PELAYANAN	.061	.065	.159	.928	.360
MOTIVASI	.052	.076	.122	.691	.494

a. Dependent Variable: ABSUT

Lampiran 5. Uji Hipotesis

1. Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.743	3	15.914	10.969	.000 ^a
	Residual	52.232	36	1.451		
	Total	99.975	39			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.691 ^a	.478	.434	1.20453	1.926

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

3. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.370	2.483		.552	.584		
PROMOSI	.523	.150	.487	3.483	.001	.743	1.345
KUALITAS PELAYANAN	.038	.105	.046	.358	.722	.866	1.155
MOTIVASI	.272	.122	.300	2.240	.031	.808	1.238

a. Dependent Variable: Y

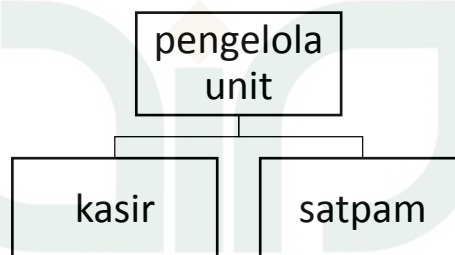
Lampiran 6. Gambaran Umum Pegadaian

A. Deskripsi Pegadaian Syariah

Pegadaian pertama kali didirikan di Sukabumi Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901 dengan nama Jawatan Pegadaian. Pegadaian syariah unit Pasar Telo Yogyakarta didirikan pada bulan Maret 2009. Pegadaian syariah ini berada di jalan Sisingamangaraja no.125 Yogyakarta.

B. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Pasar Telo

Pegadaian ini hanya memiliki 3 pegawai, yaitu bagian pengelola unit, kasir, dan satpam. Struktur organisanya sebagai berikut:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah

Sumber: pegadaian unit pasar telo, data diolah

C. Uraian Tugas Masing- Masing Bagian Dalam Perusahaan

Adapun uraian tugas masing-masing bagian Pegadaian Syariah Pasar Telo dapat dilihat melalui uraian berikut ini :

a. Pengelola Unit

Pengelola unit mempunyai fungsi yaitu merencanakan, koordinasikan, menyelenggarakan, dan mengendalikan kegiatan kegiatan operasional, administrasi dan keuangan Kantor Unit.

b. Kasir

Kasir melakukan tugas penerimaan dan pembayaran sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang.

c. Satpam

Keamanan/ satpam bertugas melaksanakan keamanan dan ketertiban di kantor unit.

Lampiran 7. Tabel Telaah Pustaka

Telaah Pustaka

No	Nama Peneliti	Judul	Alat analisis data	Kesimpulan
1	Dewi Urip Wahyuni, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan , Vol.10, No. 1, Maret 2008: 30-37	Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat	Regresi Linier Berganda	Dari analisis data ternyata secara bersama-sama variabel motivasi, persepsi dan sikap konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Muladi Wibowo, Jurnal Dinamika Manajemen Vol. 1, No. 1, 2010, pp: 34-40	Perilaku Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Kopwan Syari’ah	Regresi Linier Berganda	Faktor sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pada Koperasi Wanita Syari’ah Saraswati Kabupaten Karanganyar, artinya semakin baik Sistem bagi hasil, persyaratan administrasi, kualitas pelayanan, sistem operasional syariah, dan promosi diterapkan diharapkan semakin dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk

				menjadi anggota nasabah pada koperasi Saraswati.
3	Herry Widagdo, Jurnal Ilmiah STIE MDP Vol. 1 No. 1 September 2011	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Komputer Pada PT. XYZ Palembang	Regresi Linier Berganda	Dengan menggunakan variabel kualitas layanan, promosi, dan keputusan, penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen membeli komputer.
4	Doni Hariadi, Jurnal Ilmu & Riset Manajemen vo. 1 No. 8 2012, STIESIA Surabaya	Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision.	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa produk, harga, promosi, dan distribusi secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk Projector Microvision dan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli produk Projector Microvision.
5	Jackson R.S. Weenas, Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Universitas Sam Ratulangi Manado	Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan secara parsial masing-masing variabel berpengaruh positif signifikan dan secara simultan

				juga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
6	Rico Saputra dan Prof. Hatane Samuel, S.E.,M.S., Jurnal Manajemen Pemasaran Vol. 1, No. 1, (2013) 1-12, Universitas Kristen Petra	Analisa Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo.	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi mempunyai hubungan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Daihatsu Xenia di Sidoarjo. Variabel lain juga berpengaruh positif.
7	Rindang Lista Sari, Silvya L. Mandey, dan Agus Supandi Soegoto, Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2014, Hal. 1222-1232, Universitas Sam Ratulangi Manado	Citra Merek, Harga Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara.	Regresi Linier Berganda.	Hasil dari penelitian ini adalah variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
8	Lanny N.A. Lengkey dan Rita Taroreh, Jurnal EMBA Vol.2 No.4 Desember 2014, Hal. 154-166, Universitas Sam Ratulangi Manado	Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur.	Regresi Linier Berganda	Hasilnya yaitu Kualitas layanan dan bauran pemasaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
9	Frida Setya	Pengaruh	Regresi	asil pengujian

	Ayu Wulandari, 2015, Skripsi Universitas Islam Negeri Yogyakarta	Kualitas Pelayanan dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Tabungan (Studi Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)	Linier Berganda	<p>hipotesis minor atau uji T diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan.</p> <p>Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor atau uji T diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,128 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan.</p> <p>Berdasarkan hasil pengujian hipotesis minor atau uji F diperoleh nilai signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan citra merk bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan produk tabungan.</p>
10	Musliana	Pengaruh Kualitas	Analisis regresi	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa

	Ratnasari, 2016, Skripsi Universitas Islam Negeri Yogyakarta	Pelayanan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pemilihan Produk Pembiayaan Murabahah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Madina Mandiri Sejahtera Yogyakarta	linier berganda	kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan produk, namun citra produk berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan produk.
--	--	--	--------------------	--

Lampiran 8. Surat Keterangan Penelitian

SURAT KETERANGAN

Nomor :

Assalamualaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yayuk Sujiyati
NIK P : 80190
Jabatan : Pengelola Unit
Unit Kerja : PT Pegadaian Syariah unit Pasar Telo Yogyakarta

Memberikan keterangan bahwa


Nama : Difa Ikrima Mudzdalifa
NIM : 13390040
Universitas : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Telah selesai melakukan penelitian dalam rangka memenuhi tugas akhir/skripsi yang berjudul "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah" periode 20 Februari s/d 22 April 2017 di Pegadaian Syariah unit Pasar Telo.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PT PEGADAIAN SYARIAH
UNIT PASAR TELO


PT PEGADAIAN SYARIAH
Pengelola Unit

ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Lampiran 9. Foto Kegiatan



Lampiran 10. CV (Curriculum Vitae)

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Difa Ikrima Mudzdalifa
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 24 April 1994
Alamat Asal : Perum. Wirosaban Baru A2 Yogyakarta
Alamat Tinggal : Karang, Singosaren, Banguntapan, Bantul
Email : difaikrimam@yahoo.co.id
No. HP : 081327599556



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	TK ABA Notoprajan Yogyakarta	2000 - 2001
SD	SD Muhammadiyah Karangakajen II Yogyakarta	2001 - 2007
SMP	SMP Negeri 9 Yogyakarta	2007 - 2010
SMA	SMA Negeri 5 Yogyakarta	2010 - 2013
Universitas	Universitas Islam Negeri Yogyakarta	2013 - 2017

C. Pengalaman Organisasi

Organisasi	Jabatan	Tahun
SMP Negeri 9 Yogyakarta	Anggota Pleton Inti (baris- berbaris) SMP Negeri 9 Yogyakarta.	2008 – 2010
	Anggota Tae Kwon Do SMP Negeri 9 Yogyakarta.	2008 – 2009
SMA Negeri 5 Yogyakarta	Anggota Pleton Inti (baris- berbaris) SMA Negeri 5 Yogyakarta.	2010 – 2013
	Anggota OSIS bidang Koperasi dan Kewirausahaan SMA Negeri 5 Yogyakarta.	2011 – 2012
	Bendahara Koperasi Siswa periode 2011 – 2012 SMA Negeri 5 Yogyakarta.	2011 – 2012
ForSEBI	Anggota ForSEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.	2013 – 2014
	Anggota Divisi METIK (Media dan Jurnalistik) ForSEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2014 – 2015