

**PENGARUH HARGA EMAS, JUMLAH ANGSURAN, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA
PRODUK ARRUM HAJI PEGADAIAN SYARIAH KEBONDALEM
MAGELANG**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**NADYA ALIN SANI
NIM. 15830077**

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

2019

ABSTRAK

Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas senilai 15 gram logam mulia dan akan mendapatkan dana pinjaman sebesar 25 juta. Seorang nasabah akan berminat pada produk Arrum Haji apabila disebabkan oleh beberapa faktor. Tujuan penulisan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis beberapa faktor yang dirasa memiliki pengaruh terhadap minat nasabah. Faktor-faktor tersebut adalah harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi. Data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis cross section. Sumber data penelitian ini berupa hasil kuesioner atau angket, observasi, dokumentasi, membaca buku-buku dan literatur. Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah di Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang. Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan teknik probability sampling yaitu dengan metode simple random sampling. Sedangkan pada penelitian ini, untuk perhitungan sampel digunakan rumus perhitungan sampel Slovin dimana instrumen penelitiannya menggunakan skala Likert. Pengujian terhadap instrumen penelitian ini dengan dibantu aplikasi SPSS 19 for Windows sebagai alat uji analisisnya yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang. Secara parsial, variabel harga emas dan jumlah angsuran tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang. Sedangkan variabel kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang.

Kata kunci : Harga Emas, Jumlah Angsuran, Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Alin Sani

NIM : 15830077

Jurusan/ Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga Emas, Jumlah Angsuran, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 8 Februari 2019
Penyusun,



Nadya Alin Sani
NIM. 15830077



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Nadya Alin Sani

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta memperbaiki seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Nadya Alin Sani

NIM : 15830077

Judul Skripsi : **“Pengaruh Harga Emas, Jumlah Angsuran, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/ Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 8 Februari 2019
Pembimbing,

JOKO SETYONO, SE., M.Si.
NIP.19730720 200212 1 003



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-444/Un.02/DEB/PP.00.9/02/2019

Tugas Akhir dengan judul **“Pengaruh Harga Emas, Jumlah Angsuran, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah Pada Produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nadya Alin Sani
Nomor Induk Mahasiswa : 15830077
Telah diujikan pada : Rabu, 13 Februari 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Dian Nuriyah Solissa, SHI, M.Si.
NIP. 19840216 200912 2 004

Penguji II

Dr. Darmawan, S.Pd. MAB.
NIP. 19760827 200501 1 006

Yogyakarta, 18 Februari 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
DEKAN



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

HALAMAN MOTTO

My future is created by what i do today, not tomorrow

Orang-orang sukses merupakan bukti bahwa engkaupun bisa mencapai
kesuksesan seperti mereka

(Abraham Lincoln)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Teriring do‘a dan syukur kepada Allah SWT dan Shalawat kepada Rasul

Nya, sebuah karya sederhana ini kupersembahkan kepada :

Kedua Orang Tua Tercinta

Bapak Muhammad Nashor Tjiptowiyoga dan Ibu Wempi Erizona Widyawati

Adik Tercinta

Nabilla Charissa Sani

Muhammad Valiant Naza

Almamaterku

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbal'alamin, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada tauladan kita Nabi Muhammad SAW. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rangkaian akhir Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar strata satu (S1). Penyusunan skripsi ini penulis masih mengalami kendala dan kekurangan, serta masih jauh dari kesempurnaan, semata-mata karena keterbatasan dari penulis. Namun berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan dengan lancar. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, M.A, Ph.D, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak H.M. Yazid Afandi, M.Ag., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta selaku dosen pembimbing akademik (DPA) yang telah membimbing dan mengarahkan akademik selama menempuh kuliah.

4. Bapak Joko Setyono, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberi masukan, kritik, saran, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Para Dosen dan Staff TU Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Seluruh Pegawai dan Staff TU Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Bapak Awis yang telah membantu penyusun dalam mengolah data penelitian ini
8. Orang tua tercinta, Bapak Muhammad Nashor Tjiptowiyoga dan Ibu Wempi Erizona Widyawati, serta seluruh keluarga atas do'a, dukungan, kasih sayang dan motivasi kehidupan terbaik.
9. Segenap Pengelola dan Pengurus serta teman-teman beasiswa bidikmisi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan motivasi, pengalaman dan manfaat kepada penulis.
10. Teman-teman jurusan Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2015 tercinta dan seperjuangan.
11. Sahabat-sahabat tercinta dan seperjuangan Nahdhiyatul Umma dan Wulida Salila Arifah yang telah memotivasi dan berbagi informasi, selalu ada untuk menemani memperjuangkan skripsi.
12. Sahabat "Jokes Receh" Huda, Rama, Bagas, Ilham, Irfan, Rafli, Lutfi, Zizi, Diki, Diko, Aaz, Anis, Ihsan, Joko, Mirza yang selalu mensupport, menghibur, memotivasi, mengingatkan dalam kebaikan, serta berbagi dalam suka atau duka.

13. Sahabat “Calon Cumlaude” Lulu Muthoharoh, Kholidatun Nurrindasari, dan Dyah Ismiyatun yang mensupport, menghibur, memotivasi, dan berbagi dalam suka atau duka.
14. Sahabat tersayang, Layyinatul Aini dan Sukma Thyra yang memotivasi dan berbagi informasi, selalu ada untuk menemani memperjuangkan skripsi.
15. Teman-teman terbaik Ulum, Alifia, Hanif yang telah membantu berbagi informasi.
16. Serta semua pihak yang tidak disebutkan namanya satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan keberkahan atas kebaikan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dari-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca dan mempelajarinya. Aamiin

Yogyakarta, 8 Februari 2019

Nadya Alin Sani

NIM. 15830077

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
ABSTRACT	xxii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	9
BAB II : LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Minat	12
2. Theory of Planned Behavior (TPB)	13
3. Harga Emas	15
4. Jumlah Angsuran	19
5. Kualitas Pelayanan	19
6. Promosi	22
7. Pegadaian Syariah (Unit Kebondalem Magelang)	25
8. Arrum Haji	27
9. Teori Marketing Mix-7P	28

B. Telaah Pustaka	31
C. Pengembangan Hipotesis	34
D. Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian.....	40
B. Waktu dan Tempat Penelitian	40
C. Teknik Pengumpulan Data.....	40
D. Populasi dan Sampel	41
E. Analisis Statistik Deskriptif	42
F. Instrumen Penelitian	43
G. Definisi Operasional Variabel.....	44
H. Alat Uji Instrumen Penelitian	46
I. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Analisis Deskriptif Responden.....	50
B. Analisis Data	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Keterbatasan	77
C. Implikasi	77
D. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Info seputar Arrum Haji	2
Tabel 1.2 Angsuran	5
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	51
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Rata-rata Pengeluaran Kolektif per bulan	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4.13 Hasil Uji F	65
Tabel 4.14 Hasil Uji T	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Fluktuasi Harga Emas	4
Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	15
Gambar 2.2 Model Bisnis Pegadaian	28
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	39



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang beragama Islam terbesar di dunia. Kehadiran lembaga-lembaga keuangan syariah di negara ini tentunya menjadi sebuah kebutuhan primer. Peranan dan kedudukan lembaga keuangan syariah dianggap sangat penting khususnya dalam pengembangan sistem ekonomi kerakyatan (Ridwan, 2004: 113). PT Pegadaian (Persero) merupakan salah satu perusahaan dibawah naungan Kementerian BUMN. Belakangan, bersamaan dengan berkembangnya produk keuangan berbasis syariah di Indonesia, sektor pegadaian juga mengalami perkembangan. Bekerja sama dengan perbankan syariah, Perusahaan Pegadaian membentuk Unit Layanan Gadai Syariah di beberapa kota di Indonesia. Pegadaian Syariah ini dijalankan dengan berdasar pada Fatwa DSN MUI Nomor 25 tahun 2002 tentang Rahn, Fatwa DSN MUI Nomor 26 Tahun 2002 tentang Rahn Emas. Mengenai aspek kelembagaannya, pegadaian syariah tetap menginduk pada PP Nomor 10 tahun 1990 (Soemitra, 2015: 389).

Produk yang sedang digadang-gadangkan oleh Pegadaian Syariah saat ini adalah Arrum Haji. Produk ini bertujuan bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan untuk dana talangan haji. Program Arrum Haji ini merupakan langkah strategis Pegadaian Syariah dalam memanfaatkan peluang ditutupnya program dana talangan haji yang sebelumnya banyak digunakan masyarakat untuk

mendaftar ibadah haji lebih cepat. Pegadaian Syariah berusaha menangkap peluang sebagai penawaran solusi bagi masyarakat yang ingin menunaikan ibadah haji pasca Dana Talangan Haji ditutup.

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap umat Islam yang mampu. Pegadaian Syariah ingin membantu mewujudkan impian untuk ke Tanah Suci. Arrum Haji merupakan produk dari Pegadaian Syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas.¹ Pembiayaan Arrum Haji pada Pegadaian Syariah adalah layanan yang memberikan kemudahan pendaftaran dan pembiayaan haji. Dengan Jaminan emas minimal Rp 7 juta plus bukti SA BPIH SPPH & buku tabungan haji calon nasabah mendapat uang Pinjaman Rp 25 juta dalam bentuk tabungan haji.

Tabel 1.1

Arrum Haji			
Minimal Uang Pinjaman	Maksimal Uang Pinjaman	Administrasi	Jangka Waktu Peminjaman
0	Rp 25.000.000,-	Rp 270.000,-	1-5 tahun

Bisa menunaikan ibadah haji tentu menjadi dambaan tersendiri bagi seluruh umat Islam. Tidak terkecuali bagi anak-anak muda. *“Mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah SWT yaitu (bagi) orang yang sanggup mengadakan perjalanan ke Baitullah. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji) maka sesungguhnya Allah SWT Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam.”* QS Ali Imran 97. Berdasarkan Fatwa MUI 92/ DSN-MUI/ IV/

¹ <https://pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji> diakses pada 22 April 2018 pukul 10.01 WIB

2014.² Minat nasabah akan muncul atau bahkan akan sirna dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat, khususnya umat Islam, akan dana talangan haji yang merupakan produk dari Pegadaian Syariah (Arrum Haji) antara lain harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi.

Emas adalah logam mulia yang padat, lembut, mengkilat, dan salah satu logam yang paling lentur diantara logam lainnya. Harga emas dapat mencerminkan ekspektasi atau harapan terhadap tingkat inflasi, emas dicari pada saat-saat tidak menentu, yakni ketika uang kertas perlahan-lahan mulai kehilangan nilainya. Inflasi hanya mengikis nilai uang kertas, tapi tidak mengurangi harga emas (Tanuwidjaja, 2009: 40).

Dengan kondisi kenaikan tingkat harga inflasi yang cenderung tinggi maka menjadi wajar harga emas di Indonesia naik cukup pesat. Emas termasuk jenis investasi middle risk investment yang mempunyai beban risiko yang jauh lebih kecil dan memberikan keuntungan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan investasi pada bank atau deposito (Dipraja, 2011: 20). Hal tersebut dikarenakan daya tahan emas yang cukup kuat dalam menghadapi dampak dari inflasi. Ini dibuktikan dari harganya yang cenderung stabil dan naik serta sangat jarang sekali emas mengalami penurunan harga yang tajam.

² <https://pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji> diakses pada 17 Desember 2018 pukul 11.17 WIB



Gambar 1.1

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Angsuran yaitu uang yang dipakai untuk mengangsur atau cicilan. Angsuran adalah uang yang dipakai untuk diserahkan sedikit demi sedikit atau tidak sekaligus, seperti untuk pembayaran utang, pajak dan sebagainya. Sistem Angsuran merupakan suatu pembayaran atau pelunasan atas uang, barang atau jasa secara bertahap atau berkala dengan cara cicilan atau pembayaran sebagian dengan besar pembayaran dan jangka waktunya telah ditentukan sesuai kesepakatan kedua belah pihak yang membayar dan penerima pembayaran (Dendy, 2008: 73). Pembayaran Angsuran yaitu pembayaran uang tunai periodik sebagai pembayaran angsuran yang besarnya telah ditentukan sebelumnya atau ditentukan besar kecilnya yang tergantung pada lamanya jangka waktu angsuran.

Tabel 1.2 Angsuran

Simulasi Angsuran *) (Angsuran Pokok + Mu'nah)		Biaya Kafalah (Asuransi) dan Administrasi (terdiri dari adm & setoran awal Tabungan Haji)	
Jangka Waktu	Angsuran	Jangka Waktu	Biaya Awal
12 Bulan	Rp. 2.336.200	12 Bulan	Rp. 840.000
24 Bulan	Rp. 1.294.500	24 Bulan	Rp. 882.500
36 Bulan	Rp. 947.300	36 Bulan	Rp. 945.000
48 Bulan	Rp. 773.700	48 Bulan	Rp. 1.035.000
60 Bulan	Rp. 669.500	60 Bulan	Rp. 1.182.000

*) Terdapat biaya awal pembukaan rekening Tabungan Haji

Dalam Standar Nasional Indonesia yang disusun Dewan Standardisasi Nasional (Rita, 2001) mendefinisi mutu atau kualitas adalah gambaran dan karakteristik menyeluruh dari barang atau jasa yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang ditentukan atau yang tersirat. Mutu mengacu kepada "kesesuaian penggunaan" atau "kesesuaian tujuan" atau "kepuasan pelanggan" atau "pemuhan terhadap persyaratan". Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk menimbangi harapan pelanggan. Tingkat kepuasan

pelanggan sangat tergantung pada mutu dan kualitas suatu produk baik itu barang maupun jasa. Menurut Montegomery (1985) dalam Supranto (1997) "quality is the extent to which products meet the requirements of people who use them"; suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya.

Menurut William J. Stanton (Sunyoto, 2013: 19), promosi adalah unsur dalam bauran pemasaran perusahaan yang didayagunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan (*promotion is the element an organization's marketing mix that serves to inform, persuade, and remind the market of the organization and or its products*). Menurut Indriyo (Sunyoto, 2013: 19), promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Inti dari kegiatan promosi (Hasan, 2009: 376) adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia menerima, memberi, dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Minat atau *intersest* (Anton, 1999: 225) berarti kecenderungan atau kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai "sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan". Minat (Sofyan, 2011: 141) merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari orang

lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Minat adalah rasa suka atau senang dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh atau biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut. Minat lebih dikenal sebagai keputusan pemakaian atau pembelian jasa/ produk tertentu. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya yaitu kebutuhan dan dana yang dimiliki.

Penelitian ini dirasa penting karena dengan harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi, dapat menjadi bahan evaluasi kinerja perusahaan serta memberi motivasi untuk mengembangkan lembaga terkait agar menjadi lebih baik lagi dalam menarik minat nasabah akan produk-produk Pegadaian Syariah khususnya Arrum Haji. Dalam penelitian ini pula, dapat diketahui bahwasannya harga emas mengalami fluktuasi yang cenderung naik. Lalu dapat pula mengetahui besaran jumlah angsuran pada produk Arrum Haji. Serta terkait dengan sumber daya manusianya, dimana yang dimaksudkan adalah kualitas pelayanan dan promosi yang dilakukan oleh para pegawai.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut, sehingga memilih judul skripsi **“PENGARUH HARGA EMAS, JUMLAH ANGSURAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK ARRUM HAJI PEGADAIAN SYARIAH KEBONDALEM MAGELANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga emas dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah?
2. Apakah jumlah angsuran dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah?
3. Apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah?
4. Apakah promosi dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah?
5. Apakah harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi dapat mempengaruhi minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah secara bersama-sama?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalahnya, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga emas terhadap minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh jumlah angsuran terhadap minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi secara simultan terhadap minat nasabah pada produk arrum haji pegadaian syariah secara bersama-sama.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat secara langsung bagi pihak-pihak yang terkait, diantaranya:

1. Bagi Akademik, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumbangsih bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan pengembangan penelitian di masa 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 Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan suatu pola dalam penyusunan karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar dari bab pertama hingga bab terakhir. Sistematika pembahasan dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian. Sistematika penelitian pada skripsi ini terdiri dari 5 bab. Keseluruhan bab yang ada menggambarkan alat pemikiran dalam penelitian ini.

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian 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 ini bagi akademik, lembaga, dan peneliti, serta sistematika pembahasan.

Bab kedua, berisi tentang landasan teori yang di dalamnya terdapat 4 pembahasan yaitu landasan teori, telaah pustaka, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran. Landasan teori yang mendukung perumusan hipotesis dan mendukung dalam menganalisis hasil penelitian, telaah pustaka yang berisi uraian dari penelitian dan pengkajian yang telah dilakukan oleh peneliti yang berisi kesimpulan dari telaah literatur dan hipotesis sebagai pernyataan singkat yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

Bab ketiga, menjelaskan metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini, akan dibahas tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab keempat, berisi tentang analisis deskriptif responden, tabel hasil olah data, pembahasan, dan argumentasi. 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 19 for Windows*

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



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data mengenai pengaruh Harga Emas, Jumlah Angsuran, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang sebagaimana telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan Uji F, nilai f hitung (20,346) > f tabel (2.46) dan nilai signifikansi lebih kecil dari alpha 5% ($0,000 < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat atau dapat dikatakan bahwa harga emas, jumlah angsuran, kualitas pelayanan, dan promosi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang.
2. Variabel harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang, sehingga H_1 tidak terbukti kebenarannya.
3. Variabel jumlah angsuran tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang, sehingga H_2 tidak terbukti kebenarannya.

4. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang, sehingga **H₃** terbukti kebenarannya.
5. Variabel promosi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat, sehingga **H₄** terbukti kebenarannya.

B. Keterbatasan

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis mengalami berbagai kendala atau keterbatasan antara lain sebagai berikut:

1. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner pada nasabah Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang yang dilakukan dengan cara mendatangi rumah nasabah (*door to door*) dan menyebarkan kuesioner pada nasabah yang mengunjungi atau datang langsung ke kantor Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang dirasa kurang efektif karena usaha yang ditempuh cukup memakan waktu dan untuk nasabah yang datang ke kantor cenderung tergesa-gesa langsung segera pulang sehingga tidak ada kesediaan untuk mengisi kuesioner.
2. Referensi buku dan teori-teori dari penelitian terdahulu terkait variabel-variabel independen, terutama variabel harga emas dan jumlah angsuran, beserta indikatornya masih sulit dan sedikit ditemui.

C. Implikasi

Penelitian ini membahas tentang minat nasabah terhadap produk Pegadaian Syariah. Teori minat yaitu TPB (*theory of planned behavior*) menyatakan bahwa tindakan manusia dibimbing oleh tiga macam faktor, yaitu keyakinan (*belief*)

tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil perilaku (*behavior belief*), keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain, motivasi untuk menuruti dari adanya harapan tersebut (*normative belief*), dan keyakinan tentang hadirnya faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku, serta persepsi adanya power pada faktor tersebut (*control belief*). Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan promosi mempengaruhi minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang untuk menjadi nasabah produk tersebut, bahkan mempengaruhi pula bagi seseorang non nasabah Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang. Oleh karena itu, pihak Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang harus meningkatkan kualitas pelayanan dan promosinya tentang produk Arrum Haji supaya lebih banyak lagi nasabah yang beminat akan produk tersebut.

D. 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 nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah, sehingga diharapkan penelitian selanjutnya dapat menentukan variabel yang mempengaruhi minat nasabah pada produk Arrum Haji Pegadaian Syariah.
2. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya pengambilan sampel yang dikelola dalam rumus Slovin penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan (e) sebesar 5%, sehingga jumlah sampel yang diolah lebih banyak dan akan lebih

menguatkan penelitian teori pemahaman minat nasabah. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian dapat ditambahkan dengan variabel lain.

3. Bagi Pegadaian Syariah, khususnya pada kantor cabang Kebondalem Magelang, kualitas pelayanan yang telah diberikan sudah baik dan perlu dipertahankan bahkan ditingkatkan. Adapun terkait promosi, lembaga Pegadaian Syariah, khususnya pada kantor cabang Kebondalem Magelang, masih kurang efektif dan efisien karena dirasa SDM yang kurang pada bagian *marketing*, teknik promosi yang kurang menarik minat masyarakat karena kurangnya pengetahuan akan produk-produk lain Pegadaian Syariah, khususnya produk Arrum Haji, serta diperlukannya *advertising* produk dengan gaya promosi yang lebih *up to date* melihat perkembangan teknologi saat ini yang semakincanggih.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: Kent Publishing Company
- Assauri, Sofyan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Azizi, Ulfa. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi, dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah pada Produk Gadai Emas di Bank Syariah Mandiri Cabang Langsa. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*
- Azwar, Saifuddin. 1995. *Pengembangan Skala Likert*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Baker, Gary. 2000. *Marketing Management*. New York: MC Graw Hill, Inc.
- Charles, Lamb dkk. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Emban Patria
- Dipraja, Sholeh. 2011. *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Engel, James F., Blackwell, Roger D. & Miniard, Paul W. 1996. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Fauziah, Anggriani dan Mintaraga Emas Surya. 2016. Peluang Investasi Emas Jangka Panjang melalui Produk Pembiayaan BSM Cicil Emas (Studi pada Bank Syariah Mandiri K. C. Purwokerto). *Islamadina*
- Fajri, Nurul. 2018. Pengaruh Promosi, Lokasi dan Alasan Syariah terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa PT. Pegadaian (PERSERO) Syariah Cabang Banda Aceh. *Skripsi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Yogyakarta: Medpress
- Kotler and Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Control*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Kristina, Rita. 2001. Analisis Variabel-variabel Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Melati III di Kota Malang. *Tesis Universitas Brawijaya Malang*
- Machrus, Hawa'im dan Urip Purwono. 2010. Pengukuran Perilaku berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Insan*
- Melawati. 2013. Pengaruh Promosi Gadai Emas terhadap Minat Nasabah (Penelitian pada Nasabah Gadai Emas BRI Syari'ah Cabang Cirebon). *Skripsi Institute Agama Islam Negeri NEGERI (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon*
- Moeliono, Anton M. 1999. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Monroe, Allard C.R. Van Riel et al. 2005. Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Specialty Chemical. *Industrial Marketing Management*
- Muzdalifa, Difa Ikrima. 2017. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Motivasi terhadap Keputusan Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Pasar Telo Yogyakarta). *Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*
- Muntasir. 2016. Analisis Pengaruh Lokasi dan Pelayanan Pegadaian Syariah terhadap Minat Nasabah pada PT. Pegadaian Syarah (PERSERO) Cabang Cikarang. *Jurnal Lentera Akuntansi*
- Nuryanto, Eko Fitri. 2017. Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Tingkat Inflasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Produk Gadai Emas pada Bank Umum Syariah periode 2012-2016. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Implication for Future Research. *Jurnal of Marketing*
- Ridwan, Akhmad Hasan. 2004. *BMT dan Bank Islam Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*. Bandung: Pustaka Bani Quraisyi
- Risnita. 2012. Pengembangan Skala Model Likert. *Edu-Bio*
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk. 2001. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Sekaran, Uma. 2011. *Research Methods for Business: Metode Penelitian untuk*

Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Sodik, Muhamad. 2017. Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah (Studi pada Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung 2016-2017). *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*

Soemitra, Andri. 2015. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Grup

Sopomo, Bambang. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE

Sudarno. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Adminitrasi*. Bandung: Alfabeta

Sugono, Dendy. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Tanuwidjaja, William. 2009. *Cara Cerdas Investasi Emas*. Yogyakarta: Media Pressindo

Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press

<http://pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji> diakses pada 22 April 2018 pukul 10.01 WIB

<https://pegadaiansyariah.co.id/arrum-haji> diakses pada 17 Desember 2018 pukul 11.17 WIB

Zikmund, W. G. 1994. *Business Research Methods*. USA: The Dryden Press
Harcourt Brace College Publisher