

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
MINAT NASABAH NON MUSLIM MENJADI NASABAH DI
PEGADAIAN SYARIAH KANTOR CABANG SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh :

Dewi Silviana

NIM : C74213094



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SURABAYA
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Dewi Silviana

NIM : C74213094

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian /karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 13 Desember 2017

Saya yang menyatakan,



Dewi Silviana

NIM. C74213094

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Dewi Silviana NIM. C74213094 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 13 Desember 2017

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping curve that ends in a series of vertical strokes, resembling the letter 'S'.

Samsul Anam, MM.

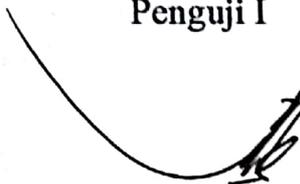
NIP. 196803072008011017

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Dewi Silviana NIM. C74213094 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, tanggal 16 Januari 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I



Samsul Anam, MM.
NIP: 196803072008011017

Penguji II,



Dr. Sirajul Arifin, M.EI
NIP: 197005142000031001

Penguji III,



Lilik Rahmawati, M.EI
NIP: 198106062009012008

Penguji IV,



Hanafi Adi Putranto, M.Si
NIP: 198209052015031002

Surabaya, 31 Januari 2018

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Dekan,



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad.Dip.SEA, M.Phil, Ph.D
NIP: 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertandatangan di bawahini, saya:

Nama : Dewi Silvianan
NIM : C74213094
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Syariah/FEBI
E-mail address : Dsilviana161@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif karya ilmiah :

skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah non Muslim Menjadi Nasabah di

Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **full text** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 4 Februari 2018

Penulis

(Dewi Silviana)

DAFTAR ISI

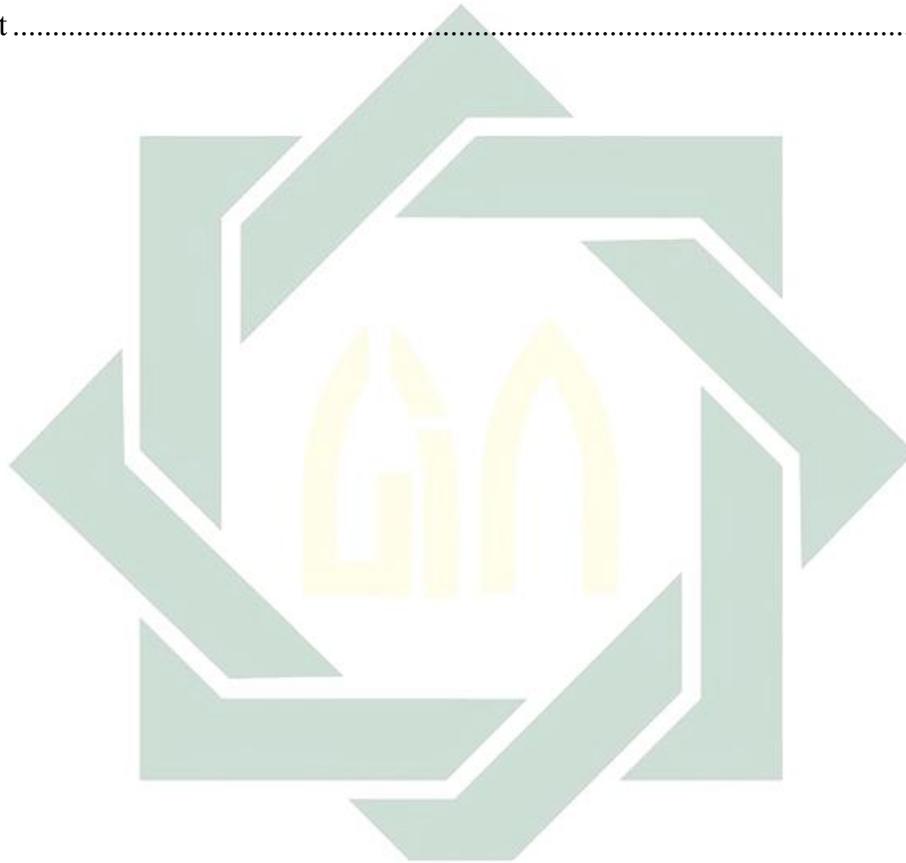
Halaman

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TRANSLITASI	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kegunaan Hasil Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Landasan Teori	12
1. Minat Konsumen	12
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non muslim....	13
3. Teori Perilaku Konsumen	24
4. Model Perilaku Konsumen	28
5. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	30

3.	Proses Faktoring	81
a.	Uji <i>Communalities</i>	81
b.	Menentukan Banyak Faktor	81
c.	Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor.....	82
d.	Penamaan Faktor	83
BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	84
A.	Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	84
1.	Lokasi Penelitian	84
a.	Profil Pegadaian Syariah	84
b.	Visi dan Misi Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo	87
c.	Struktur Organisasi Pegadaian Syariah.....	89
2.	Analisis Responden.....	94
a.	Jenis Kelamin Responden.....	95
b.	Usia Responden	95
c.	Pendidikan Terakhir Responden.....	97
d.	Pekerjaan Responden	97
e.	Berdasarkan Faktor Minat Datang ke Pegadaian Syariah	98
B.	Analisis Data	99
1.	Uji validitas dan Reliabilitas	98
2.	Uji Analisis Faktor	109
a.	Uji Kecukupan Sampling.....	109
b.	Proses Faktoring	116
3.	Penamaan Faktor	130
BAB V	PEMBAHASAN.....	136
A.	Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo.....	136
B.	Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo	140
BAB VI	PENUTUP	143

DAFTAR GAMBAR

2.6 Kerangka Konseptual	53
4.1 Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo	89
4.21 Scree Plot	124



			Panglima Polim”, (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah,2010).
5.	Dimensi kebutuhan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kebutuhan dana untuk pribadi (x11) b. Kebutuhan dana untuk usaha (x12) 	Mukhlis Adib skripsi tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk <i>Rahn</i> di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat”, Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2014.
6.	Dimensi ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> a. Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13) b. Tariff ujarah yang tidak memberatkan (x14) c. Biaya administrasi yang murah (x15) 	Mukhlis Adib skripsi tentang “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk <i>Rahn</i> di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat”, (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2014). Dan skripsi dari Marlina Ayu Apriyantini yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta”, (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta. 2014).
7.	Dimensi produk	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16) b. Keuntungan menggunakan produk (x17) c. Pengoptimalan taksiran (x18) 	Ade Sofyan Mulazid, <i>Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah</i> , (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012). Samsul Anam, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Memilih Laboratorium Klinik Medika Yani

- b) Utang (*marhun bih*) dengan syarat harus merupakan hak yang wajib diberikan atau diserahkan kepada pemiliknya, memungkinkan pemanfaatannya bila sesuatu yang menjadi utang itu tidak bisa dimanfaatkan maka tidak sah, harus dikuantifikasi atau dapat dihitung jumlahnya bila tidak dapat diukur atau tidak dikuantifikasi, *rahn* itu tidak sah.
- c) Barang (*marhun*) dengan syarat harus bisa diperjualbelikan, harus berupa harta yang bernilai, *marhun* harus bisa dimanfaatkan secara syariah, harus diketahui keadaan fisiknya, harus dimiliki oleh *rahn* dan bukan barang pinjaman.
- d) *Sighat* (ijab dan qobul) syaratnya ketika melakukan shighat maka tidak boleh diselingi ucapan yang lain dan tidak boleh terikat waktu.
- d. Persamaan dan Perbedaan pegadaian syariah dan pegadaian konvensional**

Persamaan dari gadai syariah dengan gadai konvensional yaitu terletak pada jangka waktu jatuh tempo keduanya adalah selama 120 hari, jika setelah 120 hari orang yang berhutang tidak mampu untuk membayar, jadi barang jaminannya akan di lelang. Namun nasabah akan diberi tambahan hari selama dua hari karena untuk menyiapkan panitia lelang sebelum lelang dilakukan. Dan ketika hari pelelangan pihak pegadaian masih memberikan waktu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini membahas tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah di kantor cabang Sidoarjo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang merupakan model keputusan yang mempergunakan angka.¹ Menurut Arikunto, penelitian kuantitatif yaitu “sesuai dengan namanya, banyak dituntut angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data tersebut, dan penampilan dari hasilnya”.²

B. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo yang beralamatkan Jl. Sunandar Priyo Sudarmo, Ruko Jenggolo Mas, Blok A No. 10 Sidokare, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo. Pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo memiliki 4 kantor unit yang beralamatkan di Jl. Raya Cemeng Kalang, Jati, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo. Kemudian di Jl. Sidokare Asri Blok. B No.4, Sidokare, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo. Di Jl. Trunojoyo No. 07, Sidoklumpuk, Kec.

¹ Muslich, *Metode Kuantitatif*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), 4.

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineke Cipta, 2002), 12.

Sidoarjo, Kab. Sidoarjo dan Jl. A. Yani Karangnongko Sukodono Kec. Sidoarjo Kab. Sidoarjo.

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 04 September 2017 dengan waktu penelitian yaitu dalam hari kerja di pegadaian syariah dan selama penelitian, dengan pertimbangan rentang waktu tersebut merupakan waktu dimana kemungkinan nasabah non muslim melakukan transaksi di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan “wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.³ Dalam populasi penelitian ini adalah nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.

Berdasarkan data yang didapat dari kantor pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo diketahui bahwa jumlah nasabah pada tahun 2016 adalah sebanyak 3.433 orang dan untuk data nasabah non muslim sendiri tidak ada, karena tidak ada penggolongan data nasabah tersebut.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 80.

2. Sampel

Sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.⁴ Sampel yang harus digunakan dalam penelitian ini adalah 5 x variabel bebas sehingga sampel minimal $5 \times 20 = 100$ responden. Pada penelitian ini akan menggunakan sampel sebesar 100 responden (100 nasabah non muslim).⁵

Pengambilan sampel adalah “dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *purposive sampling*”.⁶ Teknik *non probability sampling* adalah setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak mempunyai peluang yang sama agar dipilih untuk dijadikan sampel. *Purposive sampling* merupakan metode penerapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.⁷ Kriteria tersebut adalah nasabah non muslim yang menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo serta responden yang mempunyai informasi yang cukup untuk diteliti.

⁴ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), 30.

⁵ Samsul Anam, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Memilih Laboratorium Klinik Medika Yani Surabaya”, (Tesis—Universitas Dr. Soetomo, 2004), 45.

⁶ Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi...*, 33.

⁷ Ibid.,

Langkah dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan cara *purposive sampling*, karena responden dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim, maka tidak semua nasabah yang datang ke pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo dapat mengisi kuesioner penelitian ini, sehingga dalam proses ini peneliti dibantu oleh pihak penaksir ataupun kasir dalam mengenali nasabah-nasabah non muslim.

Untuk mengetahui identitas nasabah non muslim yaitu ketika nasabah datang ke pegadaian syariah, maka langkah pertama yang harus dilakukan nasabah tersebut adalah mengisi SBR (Surat Gadai Rahn) kemudian nasabah menyerahkan barang yang digadaikan dan KTP nasabah, dimana KTP tersebut terdapat agama yang dianutnya, kemudian pihak penaksir atau kasir meminta bantuan ke nasabah yang sudah diketahui identitasnya yaitu non muslim untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini, ketika nasabah bersedia mengisi kuesioner tersebut, kemudian peneliti baru memberikan kuesioner penelitian ini.

D. Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen (X) adalah “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”⁸. Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah :
 - a. Lokasi (dimensi ke-1), terdiri dari 2 variabel :
 - 1) Lokasi yang mudah ditemukan (x1)
 - 2) Dekat dengan tempat tinggal (x2)
 - b. Reputasi (dimensi ke-2), terdiri dari 2 variabel :
 - 1) Keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (x3)
 - 2) Citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x4)
 - 3) Popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x5)
 - c. Syari’ah (dimensi ke-3), terdiri dari 2 variabel:
 - 1) Proses transaksi yang halal (x6)
 - 2) Produk-produk yang bebas bunga (x7)
 - d. Promosi (dimensi ke-4), terdiri dari 3 variabel:
 - 1) Periklanan (x8)
 - 2) Publisitas (*Publicity*) (x9)

⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R &D...*, 39.

- 3) Penjualan pribadi (*Personal Selling*) (x10)
- e. Kebutuhan (dimensi ke-5), terdiri dari 2 variabel :
- 1) Kekurangan dana untuk pribadi (x11)
 - 2) Kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12)
- f. Ekonomi (dimensi ke-6), terdiri dari 2 variabel :
- 1) Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13)
 - 2) Tarif ujarah yang tidak memberatkan (x14)
 - 3) Biaya administrasi yang murah (x15)
- g. Produk (dimensi ke-7), terdiri dari 3 variabel:
- 1) Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16)
 - 2) Keuntungan menggunakan produk (x17)
 - 3) Pengoptimalan taksiran (x18)
- h. Referensi (Acuan) (dimensi ke-8). Terdiri dari 2 variabel:
- 1) Rekomendasi keluarga (x19)
 - 2) Rekomendasi teman/tetangga (x20)
2. Variabel terikat atau “*dependent variable* (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.⁹ Adapun yang menjadi variabel terikat adalah nasabah non muslim.

⁹ Ibid., 89.

Yaitu minat nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadain syariah.

E. Definisi Operasional

Agar lebih terarah dan tidak salah pengertian mengenai judul proposal. Maka perlu dijelaskan tentang istilah-istilah yang dipakai dalam proposal ini, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis faktor adalah prosedur analisis yang digunakan untuk data *reduction* atau *summarization*, atau mereduksi dimensi. Analisis faktor juga merupakan teknik untuk menguji hubungan sekumpulan variabel.
2. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :
 - a. Variabel independen (X) adalah “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.¹⁰ Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- 1) Menurut teori Kasmir dalam skripsi Rifa’atul Machmudah lokasi yang mudah ditemukan merupakan posisi lokasi

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D...*,39

tempat pegadaian syariah yang tidak sulit untuk ditemukan dan sangat mudah di jangkau.¹¹

2) Menurut teori Kasmir dalam skripsi Rifa'atul Machmudah dekat dengan tempat tinggal yaitu jarak antara lokasi pegadaian syariah dengan tempat tinggal nasabah dapat dikatakan dekat sehingga tidak perlu membuang waktu serta energi ke tempat pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.¹²

3) Menurut Ade Sofyan keamanan bertransaksi di pegadaian syariah yaitu pada saat pertama nasabah datang membawahi barang gadai sampai barang gadai tersebut disimpan semuanya terjamin keamanannya.¹³

4) Menurut Rifa'atul Machmudah citra perusahaan pegadaian syariah merupakan gambaran dari berbagai kegiatan pegadaian syariah dimata nasabah maupaun calon nasabah berdasarkan pengetahuan maupun pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya.¹⁴

¹¹ Rifa'atul Machmudah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Bank Syariah: Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang" (Skripsi— Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2009), 27.

¹² Ibid.,27.

¹³ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah*, (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012),63.

¹⁴ Rifa'atul Machmudah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat...",87.

- 5) Menurut Rifa'atul Machmudah popularitas pegadaian syariah kantor cabang sidoarjo yaitu tingkat keterkenalan pegadaian syariah dimata masyarakat baik nasabah maupun calon nasabah.¹⁵
- 6) Menurut Mukhlis Adib proses transaksi yang halal merupakan proses dalam melakukan transaksi benar-benar sesuai dengan aturan syariah, mulai dari cara menaksir barang jaminan, prosentase ujarah yang harus dibayarkan semua sesuai dengan syariah Islam.¹⁶
- 7) Menurut Mukhlis Adib produk-produk yang bebas dari bunga yaitu produk-produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang terhindar dari bunga (*riba*).¹⁷
- 8) Menurut Finna Putri Barna periklanan (*Advertising*) yaitu kegiatan promosi yang bisa dilakukan dalam bentuk gambar, tayangan di TV, melalui Radio ataupun kata-kata yang terdapat dalam iklan majalah, brosur, dan spanduk lain-lain.¹⁸

¹⁵ Ibid.,87.

¹⁶ Mukhlis Adib, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Memilih Produk *Rahn* di Kantor Cabang Pegadaian Syariah Ciputat", (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2014), 87.

¹⁷ Ibid.,86.

¹⁸ Finna Putri Barna, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah: Studi Kasus pada Bank Mega Syariah KCP Panglima Polim", (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah,2010), 62.

- 9) Menurut Finna Putri Barna publisitas (*Publicity*) yaitu bentuk dari promosi yang dilakukan agar meningkatkan citra dari perusahaan tersebut melalui kegiatan amal pada saat ulang tahun perum pegadaian. misalnya acara sunatan masal.¹⁹
- 10) Menurut Finna Putri Barna penjualan pribadi (*Personal Selling*) adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh para karyawan pegadaian sendiri pada saat melayani nasabah.²⁰
- 11) Menurut Mukhlis Adib kekurangan dana untuk pribadi yaitu kurangnya pemasukan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi yang mendesak.²¹
- 12) Menurut Mukhlis Adib kekurangan dana untuk usaha/bisnis adalah kurangnya modal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan usaha/bisnis yang dijalankan.²²
- 13) Menurut Mukhlis Adib persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat yaitu setiap produk yang ditawarkan di pegadaian syariah adalah

¹⁹ Ibid.,62.

²⁰ Ibid.,62.

²¹ Mukhlis Adib, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat...",33.

²² Ibid.,33.

produk dengan persyaratan yang tidak menyulitkan misalnya harus membawa KTP, barang jaminan dll. Serta proses pencairan dana yang kurang lebih hanya memakan waktu 15 menit.²³

14) Menurut Mukhlis Adib tarif ujarah yang tidak memberatkan yaitu tingginya pengaruh pemberian tariff ujarah berdasarkan besarnya pinjaman yang tidak memberatkan nasabah.²⁴

15) Menurut Marlina Ayu biaya administrasi yang murah yaitu besar kecilnya biaya admintrasi ini tergantung pada pinjaman yang di ambil, namun biaya administrasi di pegadaian syariah termasuk murah dan tidak memberatkan.²⁵

16) Menurut Ade Sofyan Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif adalah produk di pegadaian syariah tidak hanya terfokus pada produk gadai (*rahn*) namun terdapat produk-produk lainnya yang ditawarkan dengan fitur-fitur produk yang menarik dan

²³ Ibid., 72.

²⁴ Ibid.,66.

²⁵ Marlina Ayu Apriyantini, “Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah BRI Syariah Cabang Yos Sudarso Yogyakarta”, (Skripsi—Universitas Negeri Yogyakarta. 2014), 59.

inovatif dan berdasarkan kebutuhan masyarakat pada saat ini.²⁶

17) Menurut Samsul Anam keuntungan menggunakan produk yaitu tidak hanya menyajikan produk-produk yang beragam saja namun setiap produk tersebut mempunyai keuntungan tersendiri.²⁷

18) Menurut Faridatun Sa'adah pengoptimalan taksiran merupakan cara mengoptimalkan segi taksiran emas ataupun barang jaminan lainnya yang disesuaikan dengan HPS (Harga Pasar Setempat), keakuratan timbangan secara teratur dicek, alat uji berlian dan alat taksiran dicek secara teratur juga.²⁸

19) Menurut Eka Nopitasari rekomendasi dari keluarga adalah saran yang di infokan dari anggota keluarga untuk melakukan transaksi di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.²⁹

²⁶ Ade Sofyan Mulazid, *Kedudukan Sistem...*, 48.

²⁷ Samsul Anam, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Memilih Laboratorium Klinik Medika Yani Surabaya", (Tesis—Universitas Dr. Soetomo, 2004), 33.

²⁸ Faridatun Sa'adah, "Stategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Cabang Dewi Sartika" (Skripsi—Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulla, 2008), 81.

²⁹ Eka Nopitasari, "Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah", (Skripsi—Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), 37.

20) Menurut Eka Nopitasari rekomendasi dari teman/tetangga adalah saran yang diberikan oleh tetangga untuk melakukan transaksi di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.³⁰

b. Variabel dependen (Y) yaitu “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”.³¹ Adapun yang menjadi variabel terikat yaitu minat nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo. Minat yaitu “suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu”.³² Sedangkan nasabah yaitu “sekelompok konsumen yang bertindak sebagai pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri, orang lain, keluarga, ataupun untuk makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”.³³ Jadi minat nasabah non muslim yaitu semua nasabah yang beragama selain Islam, memiliki ketertarikan

³⁰ Ibid., 37.

³¹ Faridatun Sa'adah, “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah...”, 52

³² Rifa'atul Machmudah, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Bank Syariah: Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang” (Skripsi— Institut Agama Islam Negeri Walisongo, 2009), 24.

³³ Oka Dhermawan, “Optimalisasi Perlindungan Nasabah Bank Melalui Peran Advokasi Lembaga Perlindungan Konsumen dan Good Corporate Governance”, *Jurnal Hukum Bisnis*, No.1, Vol. 14, 46.

dan keinginan untuk melakukan transaksi di pegadaian syariah kantor cabang Sidarjo.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Uji validitas tersebut “digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.³⁴

Jadi validitas yaitu untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang akan diajukan sudah benar-benar bisa mengukur apa yang hendak diukur. Sehingga :

Sebuah kuesioner/instrument penelitian sudah dinyatakan valid berarti kuesioner tersebut mampu untuk mendapatkan data yang tepat dari variabel yang hendak diteliti. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengkolerasikan skor yang diperoleh pada setiap item dengan skor total dari masing-masing atribut. Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment Correlation*.³⁵

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*,... 137.

³⁵ Suharsami Arilunto, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), 168.

Dimana :³⁶

r = koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N = banyaknya responden

x = skor yang diperoleh dari seluruh item

y = skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum xy$ = jumlah perkalian x dan y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi x

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dalam skor distribusi y

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program *IBM Statistical Packages for Sosial Science (SPSS) 20* dan Jika suatu item memiliki korelasi item total signifikansi (r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}), maka item pertanyaan tersebut valid. Adapun kriteria untuk mendapatkan hasil yang terarah, yaitu sebagai berikut :³⁷

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikan 5%), maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

³⁶ Siti Eni Mubarrokah, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Bank Syariah" (Skrpsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), 42.

³⁷ Siti Eni Mubarrokah, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam...", 43

2. Uji Reliabilitas

Keandalan pengukuran dengan menggunakan “*Alfa Cronbach*” adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya *item*/butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain”.³⁸

Perhitungan dengan teknik ini dilakukan dengan bantuan komputer program *SPSS (Statistical Packages for Social Science)* 20. Adapun kriteria dalam penilaian uji reliabilitas adalah :³⁹

- a. Apabila *Cronbach Alpha* $\geq 0,8$, maka bisa dikatakan bahwa kuesionernya tersebut reliabilitas baik
- b. Apabila *Cronbach Alpha* $0,6 - 0,79$, maka bisa dikatakan bahwa kuesionernya tersebut reliable (reliabilitas diterima).
- c. Apabila *Cronbach Alpha* $\leq 0,6$, maka bisa dikatakan bahwa kuesionernya tersebut tidak *reliable*.

³⁸ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana,2012), 165.

³⁹ Suci Wahyuningrum, “Analisis Faktor pada Pemahaman Nasabah Tentang Asuransi Syariah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo” (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya,2017), 70.

Table 3.1
Nilai *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.00- 0.20	Kurang Andal
>0.20- 0.40	Agak Andal
>0.40- 0.60	Cukup Andal
>0.60- 0.80	Andal
>0.80- 100	Sangat Andal

Sumber: *Buku Aplikasi Analisis Dengan Multivariate Dengan Program SPSS*

Uji reliabilitas digunakan “untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator dari suatu variabel, suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas diperoleh dengan menghitung korelasi antar skor pada pengukuran skor pertama dan skor kedua”⁴⁰.

⁴⁰ Muhammad Nisfiannor, *Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), 217.

G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Ada dua jenis data pada penelitian ini yaitu yang pertama, data primer dan kedua adalah data sekunder. Dan dua data tersebut digunakan dalam penelitian ini.

2. Sumber Data

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer yaitu sumber pertama di mana sebuah data dihasilkan.⁴¹ Sumber data primer ini, didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner pada nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo yang berhubungan terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Sedangkan untuk sumber data sekunder yakni sumber data kedua sesudah sumber data primer.⁴² Dan data sekunder ini terdiri dari data yang bersumber dari buku-buku atau laporan yang berhubungan dengan penelitian ini. data sekunder didapatkan dari teori minat konsumen dan teori perilaku konsumen.

⁴¹ Ibid., 129.

⁴² Ibid., 129.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara (*Interview*) adalah suatu proses Tanya jawab atau sebuah pertemuan dengan seseorang untuk membahas sesuatu. Pada metode ini, peneliti menggali serta mengumpulkan data penelitian dengan memberikan pertanyaan baik secara lisan maupun menggunakan teknologi komunikasi.⁴³ Dalam hal ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan:

- a. Pimpinan pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo Bapak Cahyo Widodo yaitu mengenai data yang berkaitan dengan jumlah nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.
- b. Nasabah non muslim selaku responden terkait dengan pengisian angket.

2. Metode Angket (*Questioner*)

Angket (kuesioner) adalah “daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian”.⁴⁴ Adanya kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data lapangan atau empiris yang digunakan untuk

⁴³ Supardi, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 121.

⁴⁴ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), 89.

memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah non muslim di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo. Sehingga dari hasil isian responden itulah didapatkan jawaban dari berbagai pertanyaan yang diajukan dalam lembar kuesioner.

Kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan model tertutup karena jawaban dari pertanyaan sudah tertera dalam angket dan pengukurannya menggunakan skala *likert*, yaitu “skala yang berisi lima tingkat prefensi jawaban, sebagai berikut”:⁴⁵

Table 3.2
Skala Penilaian *Likert*

Simbol	Alternative Jawaban	Nilai
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
KS	Kurang Setuju	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

⁴⁵ Choli Narbuko, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), 83.

3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan “data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, majalah, buku, surat kabar, notulen rapat dan sebagainya”.⁴⁶ Dengan kata lain metode dokumentasi yaitu metode yang menyelidiki benda-benda tertulis. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung di dasarkan pada subjek penelitian, namun berdasarkan dokumen-dokumen.

Dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat brosur-brosur serta dokumen pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo dengan tujuan memperoleh teori dan data yang bisa menunjang penelitian dan literatur yang berhubungan dengan minat nasabah non muslim.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis faktor. Dimana, analisis faktor merupakan “salah satu metode multivariate yang digunakan untuk menganalisis variabel-variabel yang diduga antara satu dengan yang lain memiliki keterkaitan, sehingga keterkaitan tersebut bisa dijelaskan dan dipetakan maupun dikelompokkan dengan faktor yang tepat dan membentuk

⁴⁶ Suci Wahyuningrum, “Analisis Faktor pada Pemahaman Nasabah Tentang Asuransi Syariah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah...”,45.

variabel baru (*new set of variables*)”.⁴⁷ “Kumpulan variabel tersebut disebut faktor, dimana faktor tetap mencerminkan variabel-variabel aslinya”.⁴⁸

Model analisis faktor dinyatakan dalam rumus sebagai berikut.

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Dimana :⁴⁹

- X_i = Variabel standar yang ke-i
 A_{ij} = koefisien *multiple* regresi standar dari variabel ke-I pada *common factor* j
 F = *Common factor*
 V_i = koefisien regresi berganda standar dari variabel ke-I pada faktor unik-i
 U_i = faktor unik variabel-i
 m = banyaknya *Common factor*

Adapun tahapan-tahapan untuk menganalisis data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Merumuskan Masalah

Variabel-variabel yang akan dipilih untuk dijadikan sebagai variabel penelitian yaitu variabel yang relevan dan harus disesuaikan

⁴⁷ Finna Putri Barna, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank syariah...”,83

⁴⁸ Ibid.,83.

⁴⁹ Ibid.,83.

pada penelitian-penelitian terdahulu, teori maupun berdasarkan pendapat peneliti sendiri.

2. Uji Kecukupan Sampling

Berkenaan dengan analisis faktor, maka pengujian yang harus dilakukan adalah :

- a. Uji *Kaiser Meyer Olkin* (KMO). *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) adalah :

Indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan memperoleh nilai KMO mendekati 1, dan nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.⁵⁰

- b. *Bartlett's Test of Sphericity*. *Bartlett's Test of Sphericity* dilakukan untuk mengetahui adakah hubungan antar variabel dalam kasus multivariate. Jika variabel $X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$ *independent* (bersifat saling bebas), maka matriks korelasi antar variabel sama dengan matriks identitas. Jadi, uji *Bartlett* menyatakan hipotesis untuk menguji kebebasan antar variabel ini yaitu sebagai berikut :

$$H_0 : \rho = I$$

$$H_1 : \rho \neq I$$

⁵⁰ Siti Eni Mubarrokah, "Analisis Faktor yang Mempengaruhi, ... 50.

Pengujian variabel-variabel tersebut dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer versi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 20 agar mendapatkan hasil yang terarah dengan kriteria, jika variabel-variabelnya saling berkorelasi maka hal tersebut menandakan terdapat hubungan antar variabel. Jika H_0 ditolak maka analisis multivariate layak untuk digunakan terutama metode analisis komponen utama dan analisis faktor.

c. Anti-Image Matrices atau Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Uji MSA ini dilakukan untuk mengetahui apakah responden tersebut valid atau tidak. Yang harus diperhatikan dalam pengujian angka *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) adalah angka berkisar 0 sampai 1 dengan kriteria sebagai berikut:⁵¹

- 1) $MSA = 1$; variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain
- 2) $MSA > 0.5$, variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut

⁵¹ Winny Rahmawati. "Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah : Studi pada AJB Bumiputera Divisi Syariah, Cabang Margonda" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2015), 62

3) $MSA < 0.5$, variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut, atau harus dikeluarkan dari variabel lainnya.⁵²

3. Proses Faktoring

a. Uji *Communalities*

Uji *Communalities* ini dilakukan guna menunjukkan seberapa besar pengaruh atribut dalam pengambilan keputusan dan dari sebuah tabel nantinya mampu untuk menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Besaran nilainya yaitu antara 0,00 sampai 1,00, dimana semakin besar nilainya maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. *Communalities* pada dasarnya adalah “menunjukkan jumlah (bisa dalam persentase) dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada, ketentuan dalam estimasi *communalities* yaitu semakin besar *communalities* sebuah variabel berarti semakin erat hubungan dengan faktor yang terbentuk”.⁵³

b. Menentukan Banyak Faktor

Melakukan faktoring dan rotasi adalah tahap setelah semua variabel sudah memenuhi syarat untuk dianalisis, maka tahap

⁵² Ibid.,62.

⁵³ Ibid.,64.

selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor itu sendiri yaitu, melakukan ekstraksi terhadap sekumpulan variabel yang ada, sehingga akan membentuk satu atau beberapa faktor.

Proses ekstraksi sebenarnya memiliki banyak metode, namun metode yang sering digunakan adalah *Principal Component Analysis* (PCA). Faktor yang mempunyai nilai *eigenvalues* kurang dari 1, berarti tidak mempunyai anggota variabel pembentuk faktor.⁵⁴ Dan apabila nilai *eigenvalue* yang lebih besar dari 1, maka merupakan suatu faktor yang signifikan.

c. Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor

Pengelompokan variabel ke dalam faktor merupakan ditunjukan pada nilai *loading factor* yang memperlihatkan besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk. begitupun nilai *loading factor* yang terbesar menunjukkan bahwa suatu variabel akan menjadi satu keanggotaan faktor yang paling kuat.

⁵⁴ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 257.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini akan dilakukan pada Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo yang beralamatkan di Ruko Jenggolo Mas, Jl. Sunandar Priyo Sudarmo Blok. A, No. 10, Sidokare, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo (tepatnya di samping pasar larangan Sidoarjo). Pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo memiliki 4 kantor unit diantaranya terletak di Jl. Sidokare Asri Blok. B No.4, Sidokare, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jl. Trunojoyo No. 07, Sidoklumpuk, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo, Jl. Raya Cemeng Kalang, Jati, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo dan di Jl. A. Yani Karangnongko Sukodono Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo. Dalam penelitian ini, nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo dan 4 kantor unit lainnya yang akan menjadi objek penelitian ini.

a. Profil Pegadaian Syariah

Awal mula berdirinya pegadaian yaitu setelah adanya PP/10 tanggal 1 April 1990 dan satu hal yang perlu diperhatikan yaitu PP/10 menegaskan misi yang harus dipegang teguh oleh pegadaian yakni agar menghindari akan adanya praktik riba, dan sampai terbitnya

PP/103/2000 misi tersebut tidak mengalami perubahan sama sekali. PP/103/2000 ini diterbitkan sebagai landasan untuk kegiatan usaha Perum Pegadaian dan berlaku sampai saat ini. Tidak sedikit pihak yang memberikan pendapat mengenai operasionalisasi dari pegadaian pra Fatwa MUI tanggal 16 Desember 2003 mengenai Bunga Bank, bahwasanya hal tersebut telah sesuai berdasarkan konsep syariah walaupun pengakuannya diakui dibelakangan mengenai adanya aspek-aspek yang menepis tentang hal itu. Dengan Rahmat Allah SWT serta setelah melewati kajian panjang, kemudian tersusunlah suatu konsep tentang pendirian Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) yang menjadi awal mulanya membentuk divisi khusus yang mengurus usaha syariah.¹ Adapun konsep operasi dari Pegadaian Syariah:

Konsep operasi Pegadaian Syariah sendiri yaitu mengacu kepada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi, dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi dari operasinya pegadaian syariah yang dijalankan oleh kantor-kantor cabang pegadaian syariah/ Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) adalah sebagai suatu unit organisasi dibawah binaan Divisi Usaha Lain Perum Pegadaian. ULGS ini adalah unit bisnis mandiri yang secara struktural tidak menyatu pengelolaannya dengan usaha gadai konvensional.²

Pertama kali, “unit layanan gadai syariah berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi

¹ Ari Agung Nugraha, “Gambaran Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah”, dalam <http://ulgs.tripod.com/aboutme.htm>, diakses pada tanggal 12 Agustus 2017.

² Dila Larantika, “Minat Masyarakat Terhadap Jual-Beli di Pegadaian Syariah (Studi Penelitian pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere)”, (Skripsi—Universitas Islam Negeri Syarif Hidayullah, 2010), 25-26.

Sartika pada bulan Januari 2003”.³ Kemudian menyusul pendirian ULGS di Makassar, Surabaya, Semarang, Jakarta serta Yogyakarta pada tahun yang sama pula sampai September 2003. Dan pada tahun yang sama juga, di Aceh ada 4 cabang pegadaian dikonversi menjadi pegadaian syariah. Setelah itu, dengan berjalannya waktu ULGS atau sekarang yang lebih sering dikenal dengan Pegadaian Syariah yang semakin digemari oleh masyarakat, sehingga pendirian cabang-cabang pegadaian syariah sudah menyebar keseluruh kota di Indonesia. Salah satunya cabangnya terletak di kota Sidoarjo yang sudah memiliki beberapa kantor cabang Pegadaian Syariah diantaranya berada di Sepanjang, Gedangan dan Larangan.⁴

Menurut Lukman, yang merupakan salah satu karyawan pegadaian syariah cabang Sidoarjo, alasan pegadaian syariah membuka cabang di Sidoarjo adalah karena tingginya ketertarikan masyarakat Sidoarjo terhadap pembiayaan yang berbasis syariah dan pada saat itu, hanya ada pegadaian konvensional. selain itu, pangsa pasar yang dirasa sangat besar karena masih sedikit lembaga keuangan yang berbasis syariah di kota tersebut menjadi pertimbangan perusahaan untuk membuka cabang di kota Sidoarjo

³ Alfidnita, et al., “Peran Pegadaian Syariah pada Usaha Mikro di Kota Sidoarjo”, *Laporan Magang Uin Sunan Ampel*, (Surabaya, 2016), 7.

⁴ Ibid.,7.

serta bagi perusahaan sendiri berharap untuk memperluas jaringan outlet-outlet pegadaian syariah.⁵

Kemudian membuka kantor cabang Sidoarjo di daerah Larangan yang lebih tepatnya beralamatkan di Ruko Jenggolo Mas, Jl. Sunandar Priyo Sudarmo Blok. A, No. 10, Sidokare, Kec. Siadoarjo, Kab. Sidoarjo (berada di samping pasar Larangan Sidoarjo). Lokasi tersebut dipilih dengan alasan karena merupakan tempat yang strategis yaitu lokasi yang mudah dijangkau dan dekat dengan pasar yang sesuai dengan pangsa pasar pegadaian syariah, yakni golongan menengah kebawah.⁶

b. Visi dan Misi Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo⁷

Visi : Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat menengah kebawah.

Misi⁸ :

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

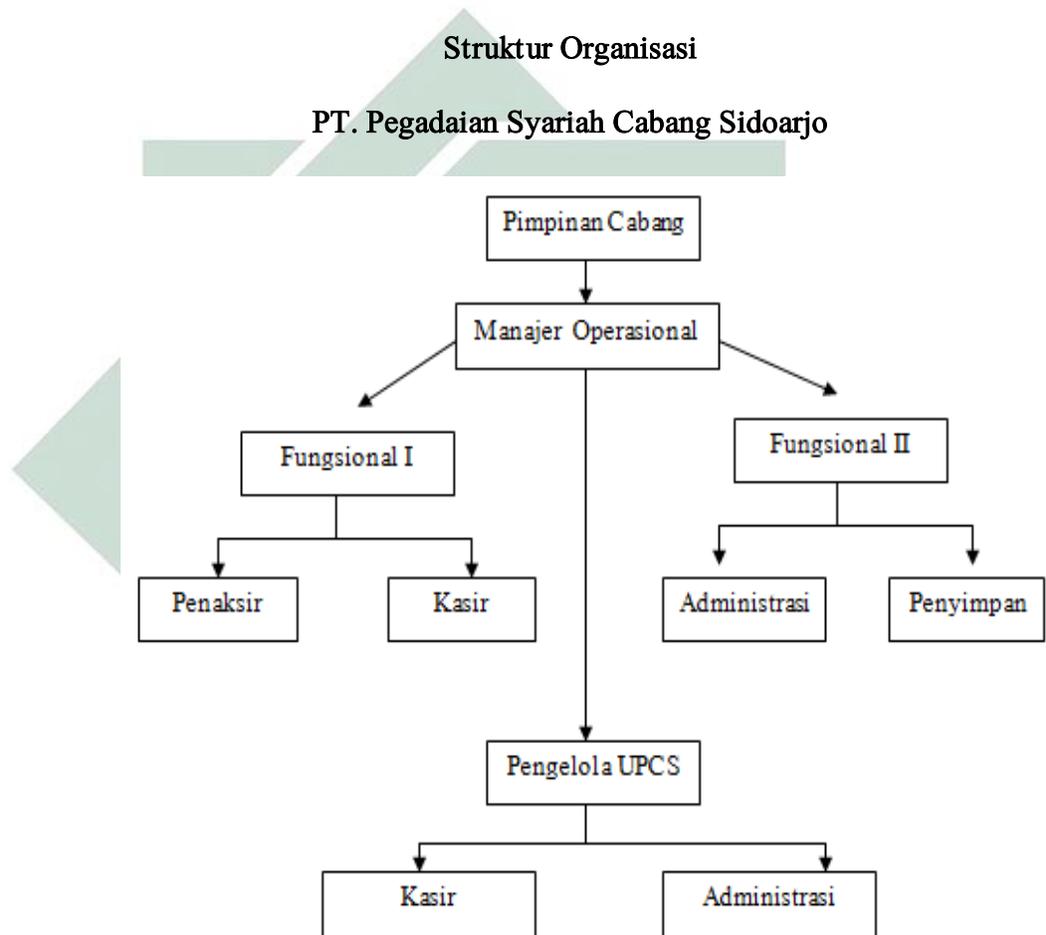
⁵ Ibid., 8.

⁶ Ibid.,

⁷ www.pegadaiansyariah.co.go

⁸ Ibid.,

c. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah



Gambar 4.1 Struktur Organisasi pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.

Sumber. Pegadaian Syariah Cabang Sidoarjo

Cabang Pegadaian Syariah yang berlokasi di Sidoarjo ini termasuk dalam klasifikasi Kantor cabang kelas III. Seperti halnya kantor cabang lainnya, kantor ini “memiliki tugas dan fungsi yang telah diatur dalam peraturan direksi PT. Pegadaian No. 2287/SDM.

200322/2009 tanggal 23 Januari 2009 tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja PT. Pegadaian”.⁹ Begitu pula fungsi dan tugas yang dilaksanakan oleh para pegawai yang akan disebutkan berikut:¹⁰

1) Pemimpin Cabang

Tugas dari pemimpin cabang yaitu untuk menciptakan rencana, membangun, menyelenggarakan serta mengontrol jalannya kegiatan operasional, administrasi bahkan keuangan pada seluruh produk Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo.

2) Manajer Operasional

Tugas manajer operasional yaitu untuk membuat rencana, melakukan koordinasi, menjalankan serta memperhatikan segala penetapan baik harga taksiran, kelayakan kredit, besaran uang pinjaman, administrasi bahkan membuat laporan kegiatan selama operasional dari seluruh produk Pegadaian Syariah.

3) Pengelola UPC

Tugas dari Pengelola UPC yakni untuk Mengkoordinasikan, menjalankan serta memperhatikan kegiatan operasional atau administrasi, keamanan, ketertiban serta membuat laporan kegiatan UPC.

⁹ Alfidnita, et al., “Peran Pegadaian Syariah pada Usaha Mikro di Kota Sidoarjo”, *Laporan Magang...*,9.

¹⁰ Alfidnita, et al., “Peran Pegadaian Syariah pada Usaha Mikro di Kota Sidoarjo”, *Laporan Magang UIN Sunan Ampel*, (Surabaya, 2016), 9.

4) Penaksir

Tugas dari Penaksir yakni untuk melakukan penaksiran kepada barang jaminan yang dijadikan sebagai jaminan dan diperiksa mutu serta nilai dari barang tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

5) Penyimpanan

Tugas dari Penyimpanan yaitu untuk mengatur di bagian gudang barang jaminan yang berupa emas maupun dokumen kredit dan merawat serta menjaga tersebut harus sesuai dengan peraturan yang berlaku agar terciptanya ketertiban dan keamanan barang jaminan dan dokumen tersebut.

6) Pemegang Gudang

Tugas dari Pemegang Gudang yaitu untuk menjalankan pemeriksaan ketika menyimpan, memelihara dan pada saat pengeluaran serta pembukuan untuk barang jaminan, dan harus sesuai dengan peraturan yang berlaku.

7) Kasir

Tugas dari Kasir yaitu untuk menerima, menyimpan serta menangani pembayaran. Melakukan tugas penerimaan, penyimpanan dan pembayaran uang dan harus sesuai dengan

ketentuan yang berlaku sehingga untuk kelancaran pelaksanaan operasional kantor cabang dan UPC.

8) Petugas Fungsional Usaha Lain

Tugas dari Petugas Fungsional Usaha Lain yaitu untuk Membuat rencana, mengkoordinasikan dan di selenggarakannya kegiatan operasional usaha lain yang berada pada kantor cabang.

9) Petugas Layanan Konsumen

Tugas dari Petugas Layanan Konsumen yaitu untuk Menginformasikan maupun memberikan saran kepada nasabah yang tidak puas terhadap seluruh kegiatan operasional kantor cabang.¹¹

d. Produk-Produk Pegadaian Syariah

Pegadaian syariah memiliki produk-produk yang sesuai dengan prinsip syariah, yaitu sebagai berikut:

1) *Rahn* (Gadai)

Rahn merupakan produk pegadaian syariah yang memberikan skim pinjaman dengan syarat penahanan barang jaminan. Yang dapat dijadikan barang jaminan yaitu emas yang berupa logam mulia atau perhiasan, berlian, elektronik serta kendaraan bermotor.

¹¹ Ibid., 10.

2) Amanah

Produk amanah adalah produk pembiayaan yang berprinsip syariah, pembiayaan ini di golongan bagi karyawan tetap ataupun bagi pengusaha mikro yang memiliki keinginan untuk mempunyai motor maupun mobil dengan cara menganggsur.

3) ARRUM (*Ar-Rahn* Untuk Usaha Mikro)

Produk ARRUM ini sama halnya dengan produk *rahn*. Bedanya, produk ini memberikan pinjaman kepada pengusaha mikro dan UKM dengan jaminan BPKB motor atau mobil, dengan kata lain barang bergerak. *Rahin* akan dibebankan biaya perawatan, penyimpanan atau yang lainnya dengan jumlah yang sudah disepakati oleh *rahin* dan pegadaian syariah.

4) ARRUM Haji

Produk ini memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melakukan ibadah haji namun terhalang oleh biaya. Sehingga pegadaian syariah memberikan pembiayaan haji sekaligus pendaftarannya, dengan syarat yaitu, jaminan emas minimal Rp 7 juta, fotocopy KTP, dan pegadaian syariah akan memberikan pinjaman Rp 25 juta dalam bentuk tabungan haji.

5) Tabungan Emas

Produk tabungan emas adalah produk yang memberikan pelayanan untuk melakukan jual-beli emas dengan adanya fasilitas titipan dan harga yang ditawarkan terjangkau. Layanan ini sangat memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin melakukan investasi emas.

6) MPO (Multi Pembayaran Online)

Layanan MPO ini memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai macam pembayaran, misalnya pembayaran tagihan listrik, air minum, pembelian tiket kereta api, telfon/pulsa ponsel dan sebagainya.

2. Analisis Responden

Pada penelitian ini responden akan diambil sampelnya adalah nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo. Dan sebanyak 100 nasabah non muslim yang dijadikan responden untuk obyek penelitian ini. Terdapat karakteristik responden yang dihasilkan melalui daftar pertanyaan diantaranya yaitu tentang usia, jenis kelamin responden, pendidikan terakhir, kemudian status pekerjaan serta minat untuk datang bertransaksi di Pegadaian Syariah sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini merupakan tabel dari 100 responden yang digolongkan pada frekuensi jumlah jenis kelamin nasabah non muslim di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persen (%)
Laki-laki	21	21%
Perempuan	79	79%
Jumlah	100	100%

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan hasil tabel 4.1 diatas bahwa jumlah 100 nasabah non muslim yang digunakan sebagai responden, menunjukkan jumlah nasabah non muslim perempuan lebih tinggi dari pada nasabah non muslim laki-laki.

b. Usia Responden

Berikut ini merupakan tabel dari 100 responden yang digolongkan berdasarkan pada frekuensi jumlah usia setiap nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persen (%)
21-31 tahun	22	22%
31-41 tahun	41	41%
41-51 tahun	28	28%
51 tahun keatas	9	9%
Jumlah	100	100%

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan tabel 4.2 dengan 100 nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo responden dengan usia yang paling banyak yaitu berada di usia 31-41 tahun yang berjumlah 41 responden. Dan usia yang paling sedikit berada pada usia 51 tahun yang berjumlah 9 responden.

c. Pendidikan Terakhir Responden

Berikut ini merupakan tabel dari 100 orang responden yang digolongkan sesuai dengan pendidikan terakhir nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang sidoarjo sebagai berikut

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persen (%)
SMP	16	16%
SMA	48	48%
DIPLOMA	13	13%
S1/S2	23	23%
Jumlah	100	100%

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan dari tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa jenjang pendidikan responden (nasabah non muslim) yang paling banyak adalah berpendidikan terakhir SMA yang berjumlah 48 orang dan yang paling sedikit berpendidikan terakhir Diploma yang berjumlah 13 orang.

d. Pekerjaan Responden

Berikut ini merupakan tabel dari data 100 responden yang digolongkan berdasarkan pada frekuensi status pekerjaan responden (nasabah non muslim) di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo sebagai berikut:

Tabel 4.4
Status Pekerjaan Responden

Status Pekerjaan	Jumlah	Persen (%)
PNS/TNI/POLRI	6	6%
Pegawai Swasta	19	19%
Wiraswasta	45	45%
Ibu RumahTangga	30	30%
Mahasiswa	0	0%
Profesional	0	0%
Lain-lain	0	0%
Jumlah	100	100%

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden (nasabah non muslim) didominasi oleh wiraswasta yaitu sebanyak 45 orang dan yang paling sedikit adalah responden (nasabah non muslim) yang beerja sebagai PNS/TNI/POLRI dengan jumlah nasabah non muslim 6 orang.

e. Berdasarkan Faktor Minat Datang ke Pegadaian Syariah

Berikut ini merupakan tabel dari data 100 orang responden yang didasarkan kepada faktor dari dalam diri yaitu (kebutuhan) dan faktor dari luar yaitu (lokasi, reputasi, referensi,

produk, promosi dan syariah) yang mempengaruhi minat nasabah non muslim datang ke pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo sebagai berikut:

Tabel 4.5
Faktor Minat Ke Pegadaian Syariah

Faktor Minat ke Pegadaian Syariah	Jumlah	Persen (%)
Faktor dari dalam diri	41	41%
Faktor dari luar	59	59%
Jumlah	100	100%

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan dari tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa faktor minat nasabah non muslim pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo adalah faktor dari dalam diri dengan jumlah nasabah non muslim 41 orang sedangkan faktor dari luar jumlah nasabah non muslim 59 orang.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah “suatu data yang dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataannya, uji ini, digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dan instrumen yang

dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.¹² “Apabila r hitung $\geq r$ tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid”.¹³

- 1) Dimensi lokasi dengan variabel (lokasi yang mudah ditemukan (x1) dan dekat dengan tempat tinggal (x2))

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel x1 dan x2

Item Soal	r hitung	Keterangan
Soal 1	0,916 \geq 0,197	Valid
Soal 2	0,916 \geq 0,197	Valid

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Berdasarkan dari hasil tabel 4.6 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel lokasi yang mudah ditemukan (x1) dan dekat dengan tempat tinggal (x2).

- 2) Dimensi reputasi dengan variabel (keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (x3), citra pegadaian syariah kantor cabang

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D...*, 137.

¹³ Ibid., 137

Sidoarjo (x4), dan popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x5))

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel x3, x4 dan x5

Item Soal	r hitung	Keterangan
Soal 2	$0,727 \geq 0,197$	Valid
Soal 3	$0,805 \geq 0,197$	Valid
Soal 4	$0,771 \geq 0,197$	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.7 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (x3), citra pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo (x4), dan popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x5).

- 3) Dimensi syariah dengan variabel (proses transaksi yang halal (x6) dan produk-produk yang bebas bunga (x7))

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel x6 dan x7

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 6	$0.873 \geq 0,197$	Valid

Soal 7	$0,818 \geq 0,197$	Valid
--------	--------------------	-------

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.8 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel proses transaksi yang halal (x6) dan produk-produk yang bebas bunga (x7)

- 4) Dimensi promosi dengan variabel (periklanan (x8), publisitas (x9) dan penjualan pribadi/personal selling (x10))

Tabel 4.9

Uji Validitas Variabel x8, x9, x10

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 8	$0,826 \geq 0,197$	Valid
Soal 9	$0,846 \geq 0,197$	Valid
Soal 10	$0,815 \geq 0,197$	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.9 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur

variabel periklanan (x8), publisitas (x9) dan penjualan pribadi/personal selling (x10).

- 5) Dimensi kebutuhan dengan variabel (kekurangan dana untuk pribadi (x11) dan kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12))

Tabel 4.10

Uji Validitas Variabel x11 dan x12

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 11	0,935 \geq 0,197	Valid
Soal 12	0,917 \geq 0,197	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.10 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel kekurangan dana untuk pribadi (x11) dan kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12).

- 6) Dimensi ekonomi dengan variabel (Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13), Tarif ujarah yang tidak memberatkan (x14), dan Biaya administrasi yang murah (x15))

Tabel 4.11

Uji Validitas Variabel x13, x14 dan x15.

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 13	0,874 \geq 0,197	Valid
Soal 14	0,868 \geq 0,197	Valid
Soal 15	0,841 \geq 0,197	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.11 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data n = 100. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13), Tarif ujarah yang tidak memberatkan (x14), dan Biaya administrasi yang murah (x15).

- 7) Dimensi produk dengan variabel (Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16), Keuntungan menggunakan produk (x17) dan Pengoptimalan taksiran (x18))

Tabel 4.12

Uji Validitas Variabel x16, x17 dan x18.

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 16	0,886 \geq 0,197	Valid

Soal 17	$0,885 \geq 0,197$	Valid
Soal 18	$0,866 \geq 0,197$	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.12 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur variabel Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16), Keuntungan menggunakan produk (x17) dan Pengoptimalan taksiran (x18).

- 8) Dimensi referensi (acuan) dengan variabel (Rekomendasi keluarga (x19) dan Rekomendasi teman/tetangga (x20)).

Tabel 4.13

Uji Validitas Variabel x19 dan x20

Soal Item	r hitung	Keterangan
Soal 19	$0,894 \geq 0,197$	Valid
Soal 20	$0,885 \geq 0,197$	Valid

Sumber: *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil tabel 4.13 uji validitas menunjukkan bahwa nilai person correlation lebih dari r tabel (0,197), r tabel di cari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dari jumlah data $n = 100$. Maka setiap butir pertanyaan dinyatakan valid yakni mampu mengukur

variabel Rekomendasi keluarga (x19) dan Rekomendasi teman/tetangga (x20).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang memperlihatkan seberapa jauh suatu hasil pengukuran *relative* konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar, sehingga untuk mengetahui hasil pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan.¹⁴ “Untuk uji reliabilitas, dilakukan dengan melihat nilai *Alpha Cronbach’s* 0,6 dengan kriteria sebagai berikut”:¹⁵

- 1) Jika nilai *Alpha Cronbach’s* > 0.6 , maka suatu kuesioner dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Alpha Cronbach’s* < 0.6 , maka suatu kuesioner dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas

No.	Dimensi	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	lokasi	Lokasi yang mudah ditemukan (x1)	0,808 \geq 0,6	Reliable
		Dekat dengan tempat tinggal (x2)		

¹⁴ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 159.

¹⁵ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Dengan Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 49.

2.	Reputasi	Keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (x3)	0,601 \geq 0,6	Reliable
		Citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x4)		
		Popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x5)		
3.	Syariah	Proses transaksi yang halal (x6)	0,600 \geq 0,6	Reliable
		Produk-produk yang bebas bunga (x7)		
4.	Promosi	Periklanan (x8)	0,770 \geq 0,6	Reliable
		Publisitas (<i>Publicity</i>) (x9)		
		Penjualan pribadi (<i>Personal Selling</i>) (x10)		
5.	Kebutuhan	Kekurangan dana untuk pribadi (x11)	0,832 \geq 0,6	Reliable
		Kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12)		
6.	Ekonomi	Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13)		Reliable

		Tarif ujah yang tidak memberatkan (x14)	0,824 \geq 0,6	
		Biaya administrasi yang murah (x15)		
7.	Produk	Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16)	0,848 \geq 0,6	Reliable
		Keuntungan menggunakan produk (x17)		
		Pengoptimalan taksiran (x18)		
8.	Referensi (acuan)	Rekomendasi keluarga (x19)	0,737 \geq 0,6	Reliable
		Rekomendasi teman/tetangga (x20)		

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Dari hasil uji reliabilitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari setiap item pertanyaan tersebut bisa dinyatakan reliable karena nilai *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,6.

2. Uji Analisis Faktor

a. Uji Kecukupan Sampling

Sebelum dilakukan analisis ketahap yang lebih lanjut, diperlukan pengujian terlebih dahulu dengan menggunakan metode *Keiser-Meiyer-Olkin*. Sedangkan untuk menguji masing-masing variabel dengan menggunakan *Anti-Image Correlation*. Nilai yang berada di atas 0,5 berarti menunjukkan adanya kecukupan data sampling. Artinya, bahwa hal ini terdapat cukup besar korelasi dari variabel-variabel tersebut, sehingga ada kemungkinan bisa terbentuk faktor-faktor yang lebih sederhana. Hasil pengujian awal ini menunjukkan bahwa:

1) Uji Metode *Kaiser-Meiyer-Olkin* (KMO) dan *Barlett's Test*

Kaiser-Meiyer-Olkin (KMO) merupakan “indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya”.¹⁶ Jika dari jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial diantara seluruh pasangan variabel bernilai kecil apabila dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Dan nilai KMO akan dianggap cukup jika $> 0,5$.

¹⁶ Suci Wayuningrum, “Analisis Faktor pada Pemahaman Nasabah Tentang Asuransi Syariah di AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah Cabang Sidoarjo” (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), 72.

Hipotesis untuk *Barlett's Test* yaitu:¹⁷

H_0 : Variabel belum memadai untuk dianalisis lebih lanjut

H_1 : Variabel sudah memenuhi untuk dianalisis lebih lanjut.

Kriteria untuk melihat probabilitas (signifikansi) :¹⁸

- a) Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka H_0 diterima.
- b) Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka H_0 tidak diterima.

Tabel 4.15

Kaiser-Meiyer-Olkin (KMO) dan Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,880
	Approx. Chi-Square	1307,093
Bartlett's Test of Sphericity	D,f	190
	Sig.	,000

Sumber: Data olahan SPSS

Sebagaimana tabel 4.15, angka KMO adalah 0,880 dengan signifikansi 0.000. angka KMO lebih besar dari 0,05 ($0,880 > 0,5$), maka dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa data memenuhi syarat kecukupan sampling.

¹⁷ Winny Rahmawati. "Faktor Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah : Studi pada AJB Bumiputera Divisi Syariah, Cabang Margonda" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, 2015), 62.

¹⁸ Ibid.,62.

Sedangkan untuk nilai *Barlett's Test of Sphericity* juga menunjukkan bahwa kedua puluh variabel faktor tersebut saling korelasi. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai-nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 ditolak. Sehingga variabel-variabel yang dilibatkan saling berkorelasi. Maka dapat disimpulkan data bisa dianalisis lebih lauh menggunakan analisis faktor.

2) Uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*)

Uji MSA dilakukan untuk mengukur kecukupan sampling untuk setiap variabel individual. Ketentuannya :

Apabila $MSA = 1,0$ maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel lain. Apabila $MSA > 0,5$ maka variabel masih dapat diprediksi dan dapat dianalisis lebih lanjut, namun jika $MSA < 0,5$ maka variabel tidak dapat diprediksi dan tidak dapat dianalisis lebih lanjut atau harus dikeluarkan.¹⁹

Nilai MSA ini dapat dilihat pada tabel *Anti-Image Matrics* pada bagian *Anti Image Correlation* yaitu angka korelasi yang bertanda ^a (lihat lampiran). Adapun hasil uji MSA dapat dilihat pada tabel berikut:

¹⁹ Ibid.,72.

Tabel 4.16
Hasil *Anti-Image Matrics*

No.	Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1.	Lokasi yang mudah ditemukan (x1)	0,920 ^a	Valid
2.	Dekat dengan tempat tinggal (x2)	0,892 ^a	Valid
3.	Keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (x3)	0,484 ^a	Tidak Valid
4.	Citra pegadaian syariah cabang sidoarjo (x4)	0,864 ^a	Valid
5.	Popularitas pegadaian syariah cabang sidoarjo (x5)	0,853 ^a	Valid
6.	Proses transaksi yang halal (x6)	0,431 ^a	Tidak Valid
7.	Produk-produk yang bebas bunga (x7)	0,616 ^a	Valid
8.	Periklanan (x8)	0,912 ^a	Valid
9.	Publisitas (<i>publicity</i>) (x9)	0,924 ^a	Valid
10.	Penjualan pribadi (<i>Personal Selling</i>) (x10)	0,876 ^a	Valid
11.	Kekurangan dana untuk pribadi (x11)	0,870 ^a	Valid
12.	Kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12)	0,936 ^a	Valid
13.	Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13)	0,885 ^a	Valid
14.	Tariff ujah yang tidak memberatkan (x14)	0,903 ^a	Valid
15.	Biaya administrasi yang murah (x15)	0,891 ^a	Valid

16.	Produk-produk yang beragam, menarik dan inovatif (x16)	0,896 ^a	Valid
17.	Keuntungan menggunakan produk (x17)	0,917 ^a	Valid
18.	Pengoptimalan taksiran (x18)	0,958 ^a	Valid
19.	Rekomendasi keluarga (x19)	0,886 ^a	Valid
20.	Rekomendasi teman/tetangga (x20)	0,854 ^a	Valid

Sumber : *Data Primer, diolah 2017*

Dari 20 variabel di atas terdapat dua variabel yang memiliki nilai MSA dibawah 0,5 yaitu variabel keamanan bertransaksi di pegadaian syariah (0,431) dan proses transaksi yang halal (0,484), maka harus dikeluarkan dan melakukan uji KMO kembali serta *Barlett's Test*-nya.

- 3) Uji Ulang *Kaiser Meiyer Olkin* (KMO), *Barlett's Test* dan *Measure of Sampling Adequacy*.

Tabel 4.17

KMO dan *Bartlett's Test*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,897
	Approx. Chi-Square	1216,548
Bartlett's Test of Sphericity	Df	153
	Sig.	,000

Sumber: Data olahan spss

Angka KMO pada pengujian ulang adalah 0,897 dengan signifikansi 0,000. Angka KMO lebih besar dari 0,5 yaitu (0,755 > 0,5). Maka, dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa data memenuhi syarat kecukupan sampling.

Sedangkan nilai *Barlett's Test of Sphericity* juga menunjukkan 18 variabel tersebut saling berkorelasi. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui nilai-nilai signifikansi lebih kecil 0,05 yaitu 0,000 maka H_0 ditolak. Artinya, variabel-variabel yang dilibatkan saling berkorelasi. Sehingga dapat disimpulkan data tersebut dapat dianalisis lebih jauh menggunakan analisis faktor.

Tabel 4.18

Hasil *Anti-Image Matrics*

No.	Variabel	Nilai MSA	Keterangan
1.	Lokasi yang mudah ditemukan (x1)	0,925 ^a	Valid
2.	Dekat dengan tempat tinggal (x2)	0,894 ^a	Valid
3.	Citra pegadaian syariah cabang sidoarjo (x4)	0,863 ^a	Valid
4.	Popularitas pegadaian syariah cabang sidoarjo (x5)	0,849 ^a	Valid
5.	Produk-produk yang bebas bunga (x7)	0,744 ^a	Valid
6.	Periklanan (x8)	0,911 ^a	Valid
7.	Publisitas (<i>publicity</i>) (x9)	0,923 ^a	Valid

saling berpengaruh karena keseluruhannya memiliki MSA diatas 0,5 dan variabel tersebut bisa dianalisis lebih lanjut lagi.

b. Proses Faktoring

1) Uji *Communalities*

Uji *Communalities* ini dilakukan guna menunjukkan seberapa besar pengaruh atribut dalam pengambilan keputusan dan dari sebuah tabel nantinya mampu untuk menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat menjelaskan faktor. Besaran nilainya yaitu antara 0,00 sampai 1,00, dimana semakin besar nilainya maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Data uji *communalities* ini dari hasil uji MSA yang variabelnya memiliki nilai lebih dari 0,5 yang berjumlah 18 variabel kemudian di lanjutkan ke uji *communalities*.

Tabel 4.19
Communalities

Communalities		
	Initial	Extraction
Lokasi yang mudah ditemukan	1,000	,688
Dekat dengan tempat tinggal	1,000	,742
Citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo	1,000	,759
Popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo	1,000	,704
Produk-produk yang bebas bunga	1,000	,420
Periklanan	1,000	,660
Publisitas	1,000	,586

penjualan pribadi	1,000	,612
Kekurangan dana untuk pribadi	1,000	,683
Kekurangan dana untuk usaha/bisnis	1,000	,687
Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat	1,000	,677
Tarif ujarah yang tidak memberatkan	1,000	,722
Biaya administrasi yang murah	1,000	,599
Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif	1,000	,675
Keuntungan menggunakan produk	1,000	,628
Pengoptimalan taksiran	1,000	,581
Rekomendasi keluarga	1,000	,613
Rekomendasi teman/tetangga	1,000	,589

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data olahan SPSS 20

Communalities pada dasarnya adalah “menunjukkan jumlah dari suatu variabel yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada, ketentuan dalam estimasi *communalities* yaitu semakin besar *communalities* sebuah variabel berarti semakin erat hubungan dengan faktor yang terbentuk sebagai berikut”:²⁰

- a) Untuk variabel lokasi yang mudah ditemukan bernilai sebesar 0,688 hal ini menandakan bahwa item variabel lokasi yang mudah ditemukan menyumbangkan persentase sebesar 68,8% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- b) Untuk variabel dekat dengan tempat tinggal bernilai sebesar 0,742 hal ini menandakan bahwa item variabel dekat dengan

²⁰ Ibid.,64.

tempat tinggal menyumbangkan persentase sebesar 74,2% dari seluruh faktor yang terbentuk.

- c) Untuk variabel citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo bernilai sebesar 0,759 hal ini menandakan bahwa item variabel citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo menyumbangkan persentase sebesar 75,9% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- d) Untuk variabel popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo bernilai sebesar 0,704 hal ini menandakan bahwa item variabel popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo menyumbangkan persentase sebesar 70,4% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- e) Untuk variabel produk-produk yang bebas bunga bernilai sebesar 0,420 hal ini menandakan bahwa item variabel produk-produk yang bebas bunga menyumbangkan persentase sebesar 42% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- f) Untuk variabel periklanan bernilai sebesar 0,660 hal ini menandakan bahwa item variabel periklanan menyumbangkan persentase sebesar 66% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- g) Untuk variabel publisitas (*publicity*) bernilai sebesar 0,586 hal ini menandakan bahwa item variabel publisitas (*publicity*)

menyumbangkan persentase sebesar 58,6% dari seluruh faktor yang terbentuk.

- h) Untuk variabel penjualan pribadi (*personal selling*) bernilai sebesar 0,612 hal ini menandakan bahwa item variabel penjualan pribadi (*personal selling*) menyumbangkan persentase sebesar 61,2% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- i) Untuk variabel kekurangan dana untuk pribadi bernilai sebesar 0,683 hal ini menandakan bahwa item variabel kekurangan dana untuk pribadi menyumbangkan persentase sebesar 68,3% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- j) Untuk variabel kekurangan dana untuk usaha/bisnis bernilai sebesar 0,687 hal ini menandakan bahwa item variabel kekurangan dana untuk usaha/bisnis menyumbangkan persentase sebesar 68,7% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- k) Untuk variabel persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana yang cepat bernilai sebesar 0,677 hal ini menandakan bahwa item variabel persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana yang cepat menyumbangkan persentase sebesar 67,7% dari seluruh faktor yang terbentuk.

- l) Untuk variabel tariff ujah yang tidak memberatkan bernilai sebesar 0,722 hal ini menandakan bahwa item variabel tariff ujah yang tidak memberatkan menyumbangkan persentase sebesar 72,2% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- m) Untuk variabel biaya administrasi yang murah bernilai sebesar 0,599 hal ini menandakan bahwa item variabel biaya administrasi yang murah menyumbangkan persentase sebesar 59,9% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- n) Untuk variabel produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif bernilai sebesar 0,675 hal ini menandakan bahwa item variabel produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif menyumbangkan persentase sebesar 67,5% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- o) Untuk variabel keuntungan menggunakan produk bernilai sebesar 0,628 hal ini menandakan bahwa item variabel keuntungan menggunakan produk menyumbangkan persentase sebesar 62,8% dari seluruh faktor yang terbentuk.
- p) Untuk variabel pengoptimalan taksiran bernilai sebesar 0,581 hal ini menandakan bahwa item variabel pengoptimalan taksiran menyumbangkan persentase sebesar 58,1% dari seluruh faktor yang terbentuk.

q) Untuk variabel rekomendasi keluarga bernilai sebesar 0,613 hal ini menandakan bahwa item variabel rekomendasi keluarga menyumbangkan persentase sebesar 6,13% dari seluruh faktor yang terbentuk.

r) Untuk variabel rekomendasi teman/tetangga bernilai sebesar 0,589 hal ini menandakan bahwa item variabel rekomendasi teman/tetangga menyumbangkan persentase sebesar 58,9% dari seluruh faktor yang terbentuk.

2) Menentukan Banyak Faktor

Melakukan faktoring dan rotasi adalah tahap setelah semua variabel sudah sesuai dengan persyaratan untuk dianalisis, maka tahap selanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor itu sendiri yakni melakukan tahap ekstraksi pada sekumpulan variabel yang ada, yang diharapkan akan membentuk satu atau beberapa faktor.

Proses ekstraksi sebenarnya banyak metode yang dapat dilakukan dalam proses ini, namun metode yang sering digunakan adalah *Principal Component Analysis* (PCA). Faktor yang mempunyai nilai *eigenvalues* kurang dari 1, berarti tidak

mempunyai anggota variabel pembentuk faktor.²¹ Dan apabila nilai eigenvalue yang lebih besar dari 1, maka merupakan suatu faktor yang signifikan.

Tabel 4.20
Nilai Eigenvalue, Varians dan Kumulatif Varians

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	9,288	51,599	51,599	9,288	51,599	51,599
2	1,204	6,687	58,286	1,204	6,687	58,286
3	1,133	6,294	64,580	1,133	6,294	64,580
4	,975	5,417	69,997			
5	,767	4,264	74,261			
6	,726	4,034	78,295			
7	,651	3,614	81,909			
8	,610	3,386	85,296			
9	,432	2,398	87,693			
10	,408	2,267	89,960			
11	,371	2,063	92,023			
12	,319	1,771	93,794			
13	,269	1,496	95,290			
14	,233	1,295	96,585			
15	,189	1,049	97,634			
16	,173	,961	98,595			
17	,137	,760	99,356			
18	,116	,644	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber : Data olahan SPSS 20

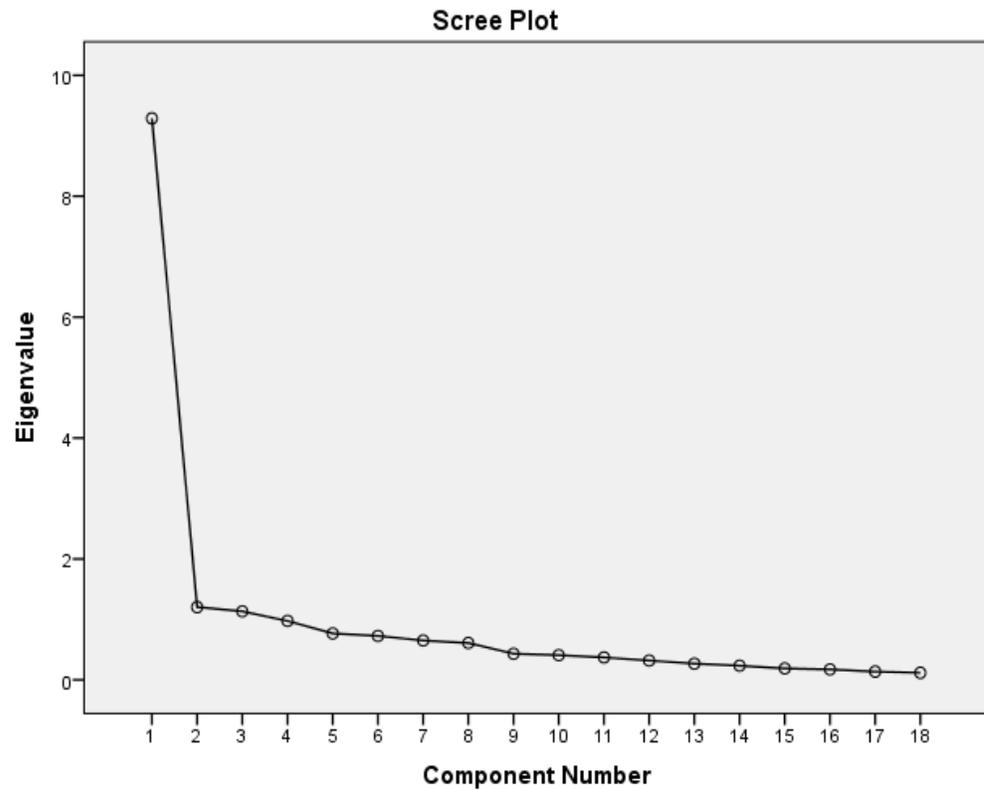
²¹ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), 257.

Berdasarkan pada syarat yang ditentukan yaitu eigenvalue yang lebih besar dari 1 maka dapat diterima sebagai suatu faktor, dan pada tahap ini diperoleh sebanyak tiga faktor baru dari hasil ekstraksi dari delapan belas variabel.

Berdasarkan tabel 4.20 di atas terlihat bahwa faktor ke-1, ke-2 dan ke-3 yang sesuai dengan kriteria eigenvalue atau variance lebih besar dari satu. Dimana komponen ke-1 memiliki nilai eigenvalue sebesar 9,288 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 51,599% dari keragaman total. Untuk komponen ke-2 yaitu memiliki eigenvalue sebesar 1,204 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 6,687% dari keragaman total. Dan untuk komponen ke-3 yaitu memiliki eigenvalue 1,133 dan memiliki proporsi keragaman sebesar 6,294% dari keragaman total. Jadi untuk mereduksi semua indikator variabel cukup menggunakan tiga komponen. Sedangkan sisanya tidak dapat terekstraksi.

Tabel 4.21

Scree plot



Sumber : SPSS 20

Pada grafik *Scree Plot* terlihat bahwa dari 1 ke 2 faktor garis sumbu tersebut menurun sangat tajam, kemudian angka 2 ke 3 garis sumbu menurun namun dengan slope yang amat kecil, dan masih berada di atas angka 1 dari sumbu Y (Eigenvalue) dan angka 3 ke 4 semakin menurun dan sudah di bawah angka 1 dari sumbu Y (Eigenvalue), begitupun dengan angka ke 4 ke 5 terus menurun dan sudah di bawah angka 1 dari sumbu Y (Eigenvalue), dan

begitu seterusnya sampai di angka ke 18 dan berada di angka 0 dari sumbu Y (Eigenvalue).

Sehingga berdasarkan dari grafik *Scree Plot* di atas dapat dilihat bahwa faktor satu sampai tiga memiliki nilai di atas 1 dari sumbu Y (Eigenvalue). Hal ini berarti bahwa tiga faktor adalah yang paling bagus untuk meringkas ke-delapan belas variabel tersebut.

3) Pengelompokan Variabel ke Dalam Faktor

Pengelompokan variabel ke dalam faktor merupakan didasarkan pada nilai *loading factor* yang memperlihatkan besarnya korelasi antara masing-masing variabel dengan faktor yang terbentuk. begitupun nilai *loading factor* yang terbesar menunjukkan bahwa suatu variabel akan menjadi satu keanggotaan faktor yang paling kuat.

yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada tabel tersebut adalah *factor loadings*, yang menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2 ataupun faktor 3. Selanjutnya dalam proses penentuan variabel yang akan masuk ke faktor mana, dapat dilakukan dengan melakukan pertimbangan besarnya korelasi pada setiap baris.

- a) Variabel yang masuk ke dalam component 1 yaitu : lokasi yang mudah ditemukan (0,793), dekat dengan tempat tinggal (0,786), citra pegadaian syariah cabang Sdoarjo (0,710), popularitas pegadaian syariah cabang sidoarjo (724), periklanan (0,771), publisitas (0,682), penjualan pribadi (0,713), kekurangan dana untuk pribadi (0,759), persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana yang cepat (0,738), tariff ujah yang tidak memberatkan (0,719), biaya administrasi yang murah (0,754), produk-produk pegadaian syariah yang beragam (0,816), keuntungan menggunakan produk (0,789), pengoptimalan taksiran (0,734), rekomendasi keluarga (0,668), dan rekomendasi teman/tetangga (0,632).
- b) Variabel yang masuk ke dalam component 2 : tidak ada variabel yang masuk dalam component ini

Produk-produk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif	,538	,492	,380
Keuntungan menggunakan produk	,569	,464	,297
Pengoptimalan taksiran	,465	,597	,095
Rekomendasi keluarga	,209	,746	,113
Rekomendasi teman/tetangga	,110	,720	,242

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Sumber : SPSS 20

Component Matrix ini merupakan hasil dari proses rotasi (*Rotated Component Matrix*) dengan menunjukkan distribusi variabel yang lebih nyata dan lebih jelas. Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa, variabel pada faktor loading pada tahap sebelumnya kecil maka akan menjadi semakin kecil, dan variabel pada faktor loading yang memiliki nilai besar akan menjadi semakin besar. setelah itu akan dijelaskan penempatan variabel yang akan dimasukkan ke dalam faktor mana yang sesuai, sebagai berikut.

- a) Variabel yang masuk ke dalam component (Faktor) 1 adalah : lokasi yang mudah ditemukan (0,706), citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo (0,846), popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo (0,777), penjualan pribadi (0,636), kekurangan dana untuk pribadi (0,653), kekurangan dana untuk usaha/bisnis (0,643), produk-

produk pegadaian yang beragam, menarik dan inovatif (0,538), keuntungan menggunakan produk (0,569).

b) Variabel yang masuk ke dalam component 2 adalah : dekat dengan tempat tinggal (0,670), periklanan (0,697), publisitas (0,706), biaya administrasi yang murah (0,612), pengoptimalan taksiran (0,597), rekomendasi keluarga (0,746) dan rekomendasi teman/tetangga (0,720).

c) Variabel yang masuk ke dalam component 3 adalah produk-produk yang bebas bunga (0,646), persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (0,595), dan tariff ujah yang tidak memberatkan (0,677).

3. Penamaan Faktor

Setelah diperoleh 3 faktor yang merupakan hasil reduksi dari duapuluh variabel. Kemudian penamaan faktor dapat dilakukan dengan cara mengetahui variabel-variabel yang membentuk faktor dan dianggap dapat mewakili variabel-variabel anggota tersebut.

kekurangan dana untuk pribadi, kekurangan dana untuk usaha/bisnis, produk-produk pegadaian yang beragam, menarik dan inovatif serta keuntungan menggunakan produk yang disebut faktor reputasi.

Tabel 4.25
Penamaan Faktor

Faktor	Variabel	% of Variance	Nama Faktor
Faktor ke-2	dekat dengan tempat tinggal	6,687	Faktor Promosi
	Periklanan		
	Publisitas		
	biaya administrasi yang murah		
	pengoptimalan taksiran		
	rekomendasi keluarga		
	rekomendasi teman/tetangga		

Faktor ke 2 yang mempengaruhi yang menjadi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo terdiri dari delapan variabel yaitu

dekat dengan tempat tinggal, periklanan, publisitas, biaya administrasi yang murah, pengoptimalan taksiran, rekomendasi keluarga dan rekomendasi teman/tetangga yang disebut faktor promosi.

Tabel 4.26
Penamaan Faktor

Faktor	Variabel	% of Variance	Nama Faktor
Faktor ke-3	produk-produk yang bebas bunga	6,294	Faktor Produk
	persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat		
	tariff ujarah yang tidak memberatkan		

Faktor ke 3 yang mempengaruhi yang menjadi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo terdiri dari delapan variabel yaitu produk-produk yang bebas bunga, persyaratan yang harus dilengkapi tidak

menyulitkan dan proses penairan dana cepat, serta tariff ujarah yang tidak memberatkan yang disebut faktor produk.

Tentu saja dalam proses penamaan pada faktor-faktor di atas belum dapat dipastikan secara tepat, apalagi pada faktor 1 dan 2 yang sulit untuk dilakukannya generalisasi variabel yang ada. tetapi setiap faktor tetap harus diberi nama yang sebisa mungkin akan mencerminkan isi faktor tersebut.

Tabel 4.27

Component Transformation Matrix

Component Transformation Matrix			
Component	1	2	3
1	,664	,655	,360
2	,721	-,433	-,541
3	-,199	,619	-,760

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Sumber : SPSS 20

Pada tabel di atas menunjukkan angka-angka yang ada pada arah diagonal (dari kiri ke kanan bawah), maksudnya yaitu antara *Component 1* dengan *Component 1*, *Component 2* dengan *Component 2*, dan *Component 3* dengan *Component 3*. Dan dari data di atas menunjukkan bahwasanya ada 2 angka yang di atas 0,5. Yaitu faktor 1 (0,664) dan faktor 2 (-0,760) adanya tanda (-)

hanya menunjukkan arah korelasi. Kemudian faktor 2 nilainya di bawah 0,5 yaitu (-0,433).

Walaupun hanya terdapat dua faktor saja yang memiliki korelasi di atas 0,5 (faktor 1 dan faktor 3), namun hal ini sudah menunjukkan bahwa ke 2 faktor tersebut yang terbentuk sudah cukup tepat, karena ke dua faktor itu memiliki korelasi yang cukup tinggi, walaupun pada dasarnya akan lebih bagus jika semua faktor mempunyai korelasi di atas 0,5 yang dapat menunjukkan faktor atau *component* yang sudah terbentuk sangat tepat, karena seluruh faktor memiliki korelasi yang sangat tinggi.

Kedelapan belas variabel yang dapat dianalisis lebih lanjut yaitu lokasi yang mudah ditemukan yang memiliki nilai *measure of sampling adequacy* (MSA) 0,920, dekat dengan tempat tinggal yang memiliki nilai MSA 0,892, citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo yang memiliki nilai MSA 0,864, popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo yang memiliki nilai MSA 0,853, produk-produk yang bebas bunga yang memiliki nilai MSA 0,616, periklanan yang memiliki nilai MSA 0,912, Publisitas (*publicity*) yang memiliki nilai MSA 0,924, penjualan pribadi (*personal selling*) yang memiliki nilai MSA 0,876, kekurangan dana untuk pribadi yang memiliki nilai MSA 0,870, kekurangan dana untuk usaha/bisnis yang memiliki nilai MSA 0,936, persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana yang cepat yang memiliki nilai MSA 0,885, tariff ujarah yang tidak memberatkan yang memiliki nilai MSA 0,903, biaya administrasi yang murah yang memiliki nilai MSA 0,891, produk-prooduk yang beragam, menarik dan inovatif yang memiliki nilai MSA 0,896, keuntungan menggunakan produk yang memiliki nilai MSA 0,917, pengoptimalan taksiran yang memiliki nilai MSA 0,958, rekomendasi keluarga yang memiliki nilai MSA 0,886 dan rekomendasi teman/tetangga yang memiliki nilai MSA 0,854.

Setelah variabel delapan belas di analisis kemudian terbentuk tiga faktor yaitu pertama, faktor reputasi yang memiliki nilai loading 51,599

terdiri dari lokasi yang mudah ditemukan, citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo, popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo, penjualan pribadi, kekurangan dana untuk pribadi, kekurangan dana untuk usaha/bisnis, produk-produk pegadaian yang beragam, menarik, inovatif, dan keuntungan menggunakan produk. Lokasi yang ditemukan merupakan upaya untuk mendapatkan posisi tempat yang mudah untuk ditemukan agar tidak menyulitkan nasabah.

Dalam penelitian ini, faktor reputasi dipertimbangkan oleh nasabah non muslim adalah adanya citra yang baik serta kepopuleritasan pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo yang tidak pernah mengecewakan. Kemudian minat nasabah non muslim juga karena kebutuhan akan dana untuk masalah pribadi ataupun usaha. Dan melihat produk pegadaian yang sesuai dengan kebutuhan serta sangat menguntungkan. sehingga penilaian reputasi ini mencakup keseluruhan dari pegadaian syariah ini. Hal ini sama dengan hasil penelitian terdahulu oleh Rif'atul Machmudah bahwasanya faktor lokasi, pelayanan, reputasi dan promosi mempengaruhi minat nasabah non muslim

Faktor ke dua, yaitu Faktor Promosi yang memiliki nilai loading 6,687 terdiri dari dekat dengan tempat tinggal, periklanan, publisitas, biaya administrasi yang murah, pengoptimalan taksiran, rekomendasi keluarga dan rekomendasi teman/tetangga. Dalam faktor promosi yang mempengaruhi minat dari nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor

cabang Sidoarjo ialah kantor pegadaian yang dekat dengan tempat tinggal nasabah sehingga akan jauh lebih mudah proses promosinya dan adanya rekomendasi dari keluarga atau teman untuk bertransaksi di pegadaian syariah yang berarti hal tersebut memberikan informasi tentang pegadaian syariah yang pada dasarnya akan lebih dipercaya karena yang memberikan informasi (promosi) adalah orang yang dikenal. Dan juga adanya promosi yang menarik yang diberikan pegadaian yaitu iklan atau acara amal untuk menarik minat nasabah hingga memberikan biaya administrasi yang murah dan pengoptimalan taksiran barang jaminan sehingga nasabah memperoleh pinjaman yang sesuai. Hal ini sesuai dengan penelitian Marlina Ayu Apriyantini tentang Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim yaitu faktor promosi, fasilitas, reputasi pelayanan, ekonomis dana agamis.

Dan faktor ketiga yaitu Faktor Produk yang memiliki nilai loading 6,294 terdiri dari produk-produk yang bebas bunga, persyaratan yang dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana yang cepat serta tariff ujah yang tidak memberatkan. Hal ini sesuai dengan penelitian Evi Yupitri dan Raina Linda Sari tentang faktor yang mempengaruhi non muslim untuk menjadi nasabah yaitu fasilitas, promosi dan produk.

Dalam faktor produk yang menjadi minat nasabah non muslim adalah produk yang bebas bunga karena dalam ajaran selain Islam juga di haramkan tentang adanya tambahan bunga, dan persyaratan yang mudah tidak

menyulitkan juga menjadi alasan karena pada dasarnya masyarakat tidak sudah hal yang menyulitkan dan dana cair yang tidak memakan waktu lama. Ketika kemudahan sudah di dapat dan beban biaya yang di tanggung nasabah pegadaian syariah misalnya tariff ujah juga tidak memberatkan.

2. Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Pegadaian Syariah Kantor Cabang Sidoarjo

Faktor yang dirasa mempunyai pengaruh yang paling besar (dominan) dalam mempengaruhi minat dari nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo berdasarkan kesimpulan dari hasil uji analisis pada penelitian ini yang tertera pada tabel 4.23 pada bab 4, faktor yang memiliki nilai loading paling besar adalah faktor satu yaitu faktor reputasi.

Faktor reputasi menjadi variabel yang memiliki nilai loading terbesar yaitu 51,599 yang artinya faktor reputasi ini merupakan faktor yang paling besar untuk mempengaruhi minat dari nasabah non muslim menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo. Hal ini juga sama dengan hasil penelitian oleh Rifa'atul Machmudah bahwasanya faktor lokasi, pelayanan, reputasi dan promosi mempengaruhi minat nasabah non muslim.

Ketika suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik, maka hal tersebut merupakan magnet tersendiri untuk menarik nasabah serta akan mempertahankan nasabah lama. Seperti halnya pegadaian syariah, walaupun

pesaing bisnis dalam bidang yang sama terus berkembang dengan menawarkan segala kemudahan untuk menarik nasabah misalnya, bunga rendah dan proses pencairan dana cepat, namun reputasi mereka kurang baik di mata masyarakat maka masyarakat akan lebih memilih untuk melakukan transaksi di tempat lain yang memiliki brand image yang baik misalnya saja pegadaian syariah.

Reputasi adalah penilaian masyarakat terhadap suatu perusahaan, sehingga nilai baik atau buruknya tergantung bagaimana perusahaan tersebut dijalankan. Sebagaimana dengan Firman Allah dalam surah Al Ahzab (33):70 sebagai berikut:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Wahai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar.(QS Al-Ahzab 33:70)¹

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia harus mengatakan segala sesuatu dengan benar sesuai dengan apa yang dilihat dan begitupun penilaian terhadap perusahaan harus sesuai dengan bagaimana perusahaan tersebut beroperasi sehingga akan terbentuk reputasi yang baik. Penilaian reputasi perusahaan, tidak hanya terdiri dari satu penilaian namun secara keseluruhan bagaimana perusahaan tersebut dijalankan, mulai dari reputasi keuangan, reputasi tempat, reputasi pelayanan dan lain-lain harus memberikan yang

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: CV Pustaka Agung Harapan, 2006), 604.

terbaik sehingga terciptanya reputasi yang baik tersebut akan tetap terjaga. Begitupun dengan pegadaian syariah, suatu lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dan sudah memiliki reputasi yang baik di mata nasabah dan menjadi faktor minat nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo dan di pegadaian syariah tersebut, tidak pernah membeda-bedakan antara nasabah muslim dengan non muslim, semua dilayani dengan baik sehingga pengaruh reputasi pelayanan akan menjadi faktor loyalitas nasabah non muslim dan menarik nasabah non muslim lainnya pada pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah non muslim menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo dan berdasarkan pertanyaan atas rumusan masalah maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat delapan belas variabel yang mempengaruhi minat dari nasabah non muslim yang menjadi nasabah di Pegadaian Syariah yaitu Lokasi yang mudah ditemukan, dekat dengan tempat tinggal, produk-produk yang bebas bunga, citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo, popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo, periklanan, publisitas (*Publicity*), penjualan pribadi (*Personal Selling*), kekurangan dana untuk pribadi, kekurangan dana untuk usaha/bisnis, persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat, tariff ujarah yang tidak memberatkan, biaya administrasi yang murah, produk-produki pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif, keuntungan menggunakan produk dan pengoptimalan taksiran, rekomendasi dari keluarga, dan rekomendasi dari teman/tetangga. Dari dua puluh variabel tersebut yang tidak dapat

dianalisis lebih jauh karena lebih kecil dari 0,5 ada 2, yaitu keamanan bertransaksi di pegadaian syariah dan proses transaksi yang halal.

2. Dari delapan belas variabel yang dihasilkan dalam penelitian ini, terdapat tiga faktor yang terbentuk yaitu 1) faktor pertama terdiri dari indikator indikator lokasi yang mudah ditemukan, citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo, popularitas pegadaian syariah cabang Sidoarjo, penjualan pribadi (*personal selling*), kekurangan dana untuk pribadi, kekurangan dana untuk usaha/bisnis, produk-produk pegadaian yang beragam, menarik dan inovatif serta keuntungan menggunakan produk, sehingga dari variabel diatas yang membentuk sebuah faktor yang diberi nama Faktor Reputasi. 2) faktor kedua terdiri dari indikator indikator dekat dengan tempat tinggal, periklanan, publisitas, biaya administrasi yang murah, pengoptimalan taksiran, rekomendasi keluarga dan rekomendasi teman/tetangga, sehingga dari variabel diatas yang membentuk sebuah faktor yang diberi nama Faktor Promosi. 3) faktor ketiga terdiri dari indikator indikator produk-produk yang bebas bunga, persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan prosen pencairan dana cepat dan tariff ujah yang tidak memberatkan, sehingga dari variabel diatas yang membentuk sebuah faktor yang diberi nama Faktor Produk.
3. Dari ketiga faktor yang terbentuk, terdapat satu faktor yang dianggap paling berpengaruh (dominan) dalam mempengaruhi minat dari nasabah

non muslim yang menjadi nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo adalah faktor reputasi yang mempunyai nilai faktor loading sebesar 51,599.

B. Saran-Saran

Sesuai dengan hasil penelitian ini, terdapat beberapa masukan yang dapat bermanfaat bagi seluruh nasabah di Pegadaian Syariah kantor cabang Sidoarjo.

1. Bagi Peneliti

Dengan terselesaikannya penelitian ini, maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan mampu untuk memperbanyak kembali dimensi maupun variabel dalam penelitian selanjutnya, karena dalam penelitian ini hanya terdapat 8 dimensi yang terdiri dari 20 variabel, sehingga peneliti berikutnya mampu memperbanyak dimensi lainnya serta variabel yang diangkat, misalnya dimensi pelayanan atau fasilitas yang belum sempat dijeaskan secara menyeluruh. Dan untuk peneliti selanjutnya agar lebih memperbanyak lagi responden yang digunakan, sehingga menghasilkan perhitungan yang lebih akurat serta efisien dengan memakai variabel lain selain variabel Lokasi yang mudah ditemukan (x1), dapat dekat dengan tempat tinggal (x2), keamanan dalam bertransaksi di pegadaian syariah (x3), produk-produk yang bebas bunga (x4), proses transaksi yang halal (x5), citra pegadaian syariah cabang Sidoarjo (x6), popularitas pegadaian

syariah cabang Sidoarjo (x7), periklanan (x8), publisitas (*Publicity*) (x9), penjualan pribadi (*Personal Selling*) (x10), Kekurangan dana untuk pribadi (x11), Kekurangan dana untuk usaha/bisnis (x12), Persyaratan yang harus dilengkapi tidak menyulitkan dan proses pencairan dana cepat (x13), tariff ujarah yang tidak memberatkan (x14), biaya administrasi yang murah (x15), produk-prooduk pegadaian syariah yang beragam, menarik dan inovatif (x16), keuntungan menggunakan produk (x17), pengoptimalan taksiran (x18), rekomendasi dari keluarga (x19), dan rekomendasi dari teman/tetangga (x20).

2. Bagi Perusahaan

Untuk hasil penelitian dari analisis faktor dalam penelitian ini, didapatkan hasil bahwa para nasabah non muslim berminat untuk melakukan transaksi di pegadaian syariah karena memiliki reputasi yang baik. Sehingga pegadaian syariah kantor cabang Sidoarjo harus tetap menjaga reputasi perusahaan agar tetap baik di mata nasabah muslim maupun non muslim yaitu dengan cara menjaga citra, popularitas, penjualan pribadi sebaik mungkin dan menjaga kepercayaan dalam hal kebutuhan dana para nasabah sehingga reputasi pegadaian akan baik secara keseluruhan. Dan selalu memberikan inovasi produk produk sesuai dengan kebutuhan nasabah. Karena suatu perusahaan dengan reputasi yang baik, maka hal itu akan menjadi magnet untuk menjaga loyalitas serta

- Huda, Nurul dan Muhammad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta: Prenada Media Group. 2010.
- Idri. *Hadits Ekonomi*. Surabaya: Cahaya Intan. 2014.
- Junaidy, Abdul Basith. *Asas Hukum Ekonomi & Bisnis Islam*. Surabaya: Cahaya Intan. 2014.
- Jasrifirdaus.blogspot.co.id/2013/04/mekanisme-pegadaian-syariah.html?m=1, diakses pada tanggal 19 Februari 2017
- Jazil, Saiful. *Fiqih Muamalah*. Surabaya: Cahaya Intan. 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama. 1996.
- Kotler, Philip. *Marketing*. terjm. Herujati Purwoko. Jakarta: Erlangga. 1994.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran analisis, perencanaan dan pengendalian*. Jakarta: Erlangga. 1989.
- Larantika, Dila. “Minat Masyarakat Terhadap Jual Beli Emas di Pegadaian Syariah (Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Cinere)”. Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. 2010. diakses pada tanggal 11 April 2017.
- Lesmana, Pranadiyan. “Minat Nasabah Non Muslim terhadap Fasilitas Pembiayaan *Musyarakah di Bank Syariah Bukopin Cabang Darmo Surabaya*”. Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Ampel. 2015. diakses pada tanggal 07 Mei 2017.
- Machmudah, Rif’atul. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)”. Skripsi—Institut Agama Islam Negeri Walisongo. 2009. diakses pada tanggal 11 April 2017.
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group. 2013.
- Mubarrokah, Siti Eni. “*Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya dalam Memilih Bank Syariah*”. skripsi—UIN Sunan Ampel, 2014.
- Mulazid, Ade Sofyan. *Kedudukan Sistem Pegadaian Syariah Dalam Sistem Hukum Nasional Di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Agama RI. 2012.
- Muslich. *Metode Kuantitatif*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1993.
- M.koran-sindo.com/news.php?r=1&n=4&date=2017-02-19 di akses pada 19 Februari 2017

- Narbuko, Choli. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara. 2009.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Nugraha, Ari Agung. , “Gambaran Umum Kegiatan Usaha Pegadaian Syariah”, dalam <http://ulgs.tripod.com/aboutme.htm>, diakses pada tanggal 12 Agustus 2017.
- Rahmawati, Winny. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda)”. Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. 2015. diakses pada tanggal 11 April 2017.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo. 2015.
- Syarifah, Masing. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Produk Makanan Otak-Otak Bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik”. Skripsi—Universitas Islam Negeri Surabaya. 2014. diakses pada tanggal 10 April 2017.
- Sa’adah, Faridatun. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Kantor Cabang Dewi Sartika”. Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah. 2008.
- Shaleh, Abdul Rachman dan Muhibb Abdul Wahab. *Psikologis Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- Siregar, Sofyan. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Bumi Aksara. 2013.
- Sjahdeini, Sutan Remy. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenamedia Group. 2014.
- Soemitra, Andri. *Bank & Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Jakarta: Graha Ilmu. 2012.
- Swastha, Basu & Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty. 1997.
- Supranto dan Nandan Limakrisna, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2011.
- Sa’adah, Faridatun. “Strategi Pemasaran Produk Gadai Syariah dalam Upaya Menarik Minat Nasabah pada Pegadaian Syariah Kantor Cabang Dewi Sartika”. Skripsi—UIN Syarif Sugiyono. “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*”. Bandung: Alfabeta. 2011.

- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Supardi. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press. 2005.
- Siregar, Sofyan. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2004.
- Suharso, Puguh. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. Jakarta: PT Indeks. 2009.
- Umam, Khaerul. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia. 2013.
- Wardhana, Wisnu Arya. *Melacak Teori Einstein dalam Al Qur'an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.

