



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN
III PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN
JASA PEGADAIAN SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh :

ELISNA SALEHA NASUTION
NIM. 14 401 000 91

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2018**



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN
III PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN
JASA PEGADAIAN SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH:

**ELISNA SALEHA NASUTION
NIM: 14 401 000 91**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN
III PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN
JASA PEGADAIAN SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

OLEH:

ELISNA SALEHA NASUTION

NIM: 14 401 000 91

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing I

**Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001**

Pembimbing II

Fadli, S.E.I., M.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Elisna Saleha Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 17 Juni 2018
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Elisna Saleha Nasution** yang berjudul "**Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II

Fadli, S.E.I., M.Sy

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elisna Saleha Nasution
NIM : 14 401 00091
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbingan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa Pasal 14 Ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 17 Juli 2018
Saya yang Menyatakan,



Elisna Saleha Nasution
NIM. 14 401 00091

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elisna saleha nasution
Nim : 14 401 00091
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidempuan
Pada tanggal, 17 Juli 2018
Yang Menyatakan,



Elisna saleha nasution
NIM. 14 401 00091



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : ELISNA SALEHA NASUTION
Nim : 14 401 00091
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN III
PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA
PEGADAIAN SYARIAH

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.H., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.H., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Muhammad Isa S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 200503 2 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Senin/ 8 Oktober 2018
Pukul : 09.00 WIB s/d 11.00 WIB
Hasil/Nilai : LULUS/70 (B)
IPK : 3,42
Predikat : AMAT BAIK



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI
TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN III
PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA
PEGADAIAN SYARIAH**

**NAMA : ELISNA SALEHA NASUTION
NIM : 14 401 00091**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 30 Oktober 2018

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.H.L., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “ **Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan Untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah konsentrasi Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Sumper Mulia Harahap selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan

Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Kamaluddin, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, SEI., MA selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Rosnani Siregar, M. Ag selaku Pembimbing I dan Bapak Fadli, S.E.I., M.Sy selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Manahan Nasution dan Ibunda Susilawati Hasibuan yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta adik-adik saya Herianto Nst, Edy Safutra Nst, karena keluarga selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
8. Para sahabat Enti Seriani Siregar, Imatul Khoiriah Harahap, Rahmayani Sihombing, Megawati, Lenni Maryanti, Dan Andrian Lubis serta seluruh rekan mahasiswa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2014 yang telah banyak membantu, menemani dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.

Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, Juni 2018
Penulis,

ELISNA SALEHA NASUTION
NIM. 14 401 00091

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	Sad	ş	Es dan ye
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	A	A
— /	<i>Kasrah</i>	I	I
— و	<i>Dommah</i>	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dan i
و.....	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

- c. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	<i>Kasrah</i> dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>Dommah</i> dan wau	ū	u dan garis diatas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- a. *Ta marbutah* hidup yaitu *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta marbutah* mati yaitu *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : ELISNA SALEHA NASUTION

NIM : 14 401 00091

Judul : Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi karena kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan masyarakat terhadap fungsi, peran, dan manfaat pegadaian. Dan dilihat dari kenyataannya bahwa masih banyak masyarakat yang ketika membutuhkan dana mendesak meminjam kepada rentenir. Rumusan masalah penelitian ini apakah ada pengaruh faktor sosial, pribadi, promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Seperti halnya pada penelitian ini dimana masih banyak masyarakat yang menggunakan jasa rentenir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan Kab. Padang lawas untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. penelitian ini diharapkan berguna bagi peneliti dan bagi pembaca.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan diantaranya adalah faktor sosial, faktor pribadi, faktor budaya, dan faktor psikologi. Adapun faktor yang dijadikan sebagai variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor sosial dan faktor pribadi, dan menggunakan faktor pendukung lainnya yaitu faktor promosi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan Secara parsial faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,372 < 2,000$), faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,290 > 2,000$), faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,438 > 2,000$) berdasarkan hasil uji simultan variabel faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dengan $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($8,620 > 2,76$). berdasarkan Hasil uji koefisien determinasi faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi mampu mempengaruhi minat masyarakat sebesar 26,6% sedangkan sisanya 73,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Minat, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Promosi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Defenisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Kerangka Teori	15
1. Minat	15
a. Pengertian Minat	15
b. Macam-Macam Minat	17
c. Faktor- Faktor Timbulnya Minat.....	19
d. Minat Dalam Presfektif Islam	22
2. Faktor Sosial	23
3. Faktor Pribadi.....	27
4. Konsep Promosi	31
5. Pegadaian	35

6. Dasar Hukum Gadai	37
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Berfikir.....	41
D. Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	44
B. Jenis Penelitian.....	44
C. Populasi Dan Sampel.....	44
1. Populasi.....	44
2. Sampel	45
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	48
a. Angket	48
b. Dokumentasi	50
E. Uji Validitas Dan Realibilitas	50
1. Uji Normalitas	50
2. Uji Realibilitas	51
F. Analisis Data	52
1. Analisis Deskriptif	52
2. Uji Normalitas	52
3. Uji Asumsi Klasik.....	53
1) Uji Multikolinearitas	53
2) Uji Heterokedastisitas.....	54
4. Uji Koefisien Determinan R^2	54
5. Analisi Kolerasi Berganda	55
6. Uji Hipotesis	56
a. Uji Signifikan Parsial (Uji T)	56
b. Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	58
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
1. Sejarah Lingkungan III Pasar Sibuhuan	58
2. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah Ups Sibuhuan	61
3. Visi Dan Misi Pegadaian Syariah	62
4. Produk Dan Jasa Pegadaian Syariah Ups Sibuhuan	63
B. Identitas Responden	64
C. Analisis Hasil Penelitian	67
1. Uji Validitas	67

2. Uji Realibilitas	70
D. Hasil Analisis Data	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian	81
F. Keterbatasan Penulisan	85
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Masyarakat Lingkungan Iii Pasar Sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas	5
Tabel I.2	Definisi
Operasional Variabel	8
Tabel 2.1	Penelitian
Terdahulu	39
Tabel 3.1	Kriteria
Sampel yang Diambil	46
Tabel 3.2	Skala Likert
.....	49
Tabel 3.3	Kisi- Kisi
Kuesioner Tentang Variabel Independent	49
Tabel 3.4	Kisi- Kisi
Kuesioner Tentang Minat Masyarakat	49
Tabel 4.1	Pengelompokan
n Data Penduduk Lingkungan III Pasar Sibuhuan	60
Tabel 4.2	Kelompok
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3	Kelompok
Responden Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 4.4	Kelompok
Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
Tabel 4.5	Kelompok
Responden Berdasarkan Pendapatan	65
Tabel 4.6	Kelompok
Responden Berdasarkan Pengguna Jasa Gadai Berdasarkan Tahun Pengguna	

Tabel 4.7.....	Hasil Uji
Validitas Faktor Sosial (X_1)	67
Tabel 4.8.....	Hasil Uji
Validitas Faktor Pribadi (X_2).....	68
Tabel 4.9.....	Hasil Uji
Validitas Faktor Promosi (X_3).....	68
Tabel 4.10.....	Hasil Uji
Validitas Minat (Y).....	69
Tabel 4.11	Hasil Uji
Reliabilitas Variabel.....	70
Tabel 4.12.....	Hasil Uji
Analisis Deskriptif.....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	75
Tabel 4.15.....	Hasil Uji
Analisis Koefisien Determinasi.....	76
Table 4.16.....	Interperestasi
Nilai R.....	77
Table 4.17.....	Hasil Uji
Signifikansi Parsial (Uji T)	78
Table 4.18.....	Hasil Hasil Uji
Signifikansi Simultan (Uji F)	79

.....

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Lingkungan III Pasar Sibuhuan	61
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Cabang UPS Sibuhuan.....	63
Gambar 4.2 Produk dan Jasa Pegadaian Syariah UPS Sibuhuan	63
Gambar IV.2 Hasil Uji Normalitas	72
Gambar IV.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Realibilitas

Lampiran 5 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 7 Hasil Uji Multikolenaritas

Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Lampiran 10 Hasil Uji

Regresi Linear Berganda Dan Uji t

Lampiran 11 Hasil Uji f

Lampiran 12 Dokumentasi Riset

Lampiran 13 Daftar r Tabel

Lampiran 14 Daftar t Tabel

Lampiran 15 Daftar Tabel f

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan merupakan lembaga yang menjadi perantara keuangan dan jasa ekonomi masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan, yang pada pelaksanaannya sistem bunga adalah sistem yang telah lama digunakan hampir disetiap lembaga keuangan di berbagai negara. Tidak dapat dipungkiri dengan sistem bunga ini telah banyak negara mencapai kemakmuran meski di atas kemiskinan negara lain, hal ini tentu saja akan terus-menerus menjadikan sebuah kesenjangan.¹

Pegadaian adalah lembaga keuangan *non-bank* yang termasuk dalam klasifikasi perantaraan investasi (*investment intermediary*). Pegadaian merupakan lembaga perkreditan dengan sistem gadai. Pegadaian adalah salah satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dan masyarakat atas hukum dasar gadai seperti dimaksud dalam kitab Undang-Undang Hukum perdata pasal 1150.²

Dizaman sekarang ini tentunya segala sesuatunya menjadi sangat lebih mudah, hal ini dikarenakan sudah tersedianya lembaga yang selalu siap melayani kita dengan mudah, cepat, dan terpercaya yakni lembaga yang

¹ Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2010) hlm. 275.

² Ktut Silvanita Mangani, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain* (PT.Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm. 64.

bernama pengadaian. Usaha pegadaian di Indonesia dimulai pada zaman penjajahan belanda (VOC) dimana pada saat itu tugas pegadaian adalah membantu masyarakat untuk meminjamkan uang dengan jaminan gadai. Pada mulanya usaha ini dijalankan oleh pihak swasta, namun dalam perkembangan selanjutnya usaha pegadaian ini diambil oleh pemerintahan Hindia Belanda pada waktu itu dengan status dinas pegadaian. Dalam sejarah dunia usaha pegadaian pertama kali dilakukan di Italia. Kemudian dalam perkembangan selanjutnya meluas kewilayah-wilayah eropa lainnya seperti inggris, prancis dan belanda. Oleh orang-orang belanda lewat pihak VOC usaha pegadaian dibawa masuk ke Hindia Belanda. Dizaman kemerdekaan, pemerintah Republik Indonesia mengambil alih usaha dinas pegadaian dan mengubah status pegadaian menjadi perusahaan negara (PN) pegadaian berdasarkan undang-undang NO. 19 Prp.1960. perkembangan selanjutnya pada tanggal 11 maret 1969 berdasarkan peraturan pemerintah RI NO.7 1969 PN pegadaian berubah menjadi perusahaan jawatan (perjan). Kemudian pada tanggal 10 april 1990 berdasarkan peraturan pemerintah NO. 10 tahun 1990 perjan pegadaian berubah menjadi perusahaan umum (Perum) pegadaian. Sampai saat ini lembaga yang melakukan usaha berdasarkan atas usaha hukum gadai hanyalah perum pegadaian.³

Menurut sebuah teori yang dikemukakan oleh Philip kotler terdapat 4 faktor yang mempengaruhi perilaku dan minat konsumen yaitu faktor budaya

³Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya* (PT. Raja Grafindo persada, 2007), hlm. 247.

(menyangkut kebudayaan dan kelas sosial yang memperlihatkan stratifikasi sosial masyarakat), Faktor sosial (menyangkut kelompok acuan seperti keluarga, peran dan status sosial, Faktor pribadi (menyangkut usia dan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), Faktor psikologi (menyangkut motivasi, pengetahuan serta kepercayaan dan pendirian).⁴

Selama ini banyak orang yang merasa malu untuk datang ke kantor pegadaian terdekat. Tidak mengherankan bila yang datang ke kantor pegadaian pada umumnya adalah orang-orang yang berpenampilan lusuh dengan wajah tertekan. Secara umum faktor penyebab rendahnya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa pegadaian diduga salah satunya karena faktor minimnya pengetahuan masyarakat atas produk yang ditawarkan serta kurangnya promosi yang dilakukan pihak manajemen perusahaan dalam memperkenalkan produk produk yang dimaksud.⁵

Juga dilihat dari sisi masyarakatnya yang kurang dorongan untuk menggunakan jasa pegadaian. sehingga ketika membutuhkan dana mendesak masyarakat langsung menggunakan jasa rentenir. Minat masyarakat terhadap pegadaian hanya sampai pada beberapa masyarakat tertentu saja. seperti terlihat pada lingkungan III pasar sibuhuan yang dominan masyarakatnya adalah muslim akan tetapi sudah menjadi kebiasaan bagi sebagian besar masyarakatnya menggunakan jasa rentenir yang bunganya cukup tinggi, dan

⁴Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta; Selemba Empat,2000), hlm. 223.

⁵Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Lili Arjuna Caniago, Senin/7/01/2018.

biasa dilihat dari masalah dalam keluarga yaitu dalam pengaturan keuangan. Dimana selalu merasa kurang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sehingga ketika membutuhkan dana mendesak langsung menggunakan jasa rentenir.⁶

Dan juga masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan pekerjaannya yang paling dominan adalah petani, akan tetapi masih banyak pekerjaan lainnya seperti pedangang, PNS, kuli bangunan, dan Wiraswasta. hal ini menunjukkan keadaan ekonomi masyarakatnya yang sebagian besar berbeda dalam garis kemiskinan, sehingga uang selalu dibutuhkan untuk tetap bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari.⁷

Dilihat dari promosi yang telah dilakukan oleh pihak pegadaian (menyangkut kegiatan yang dilakukan untuk menginformasikan segala jenis produk guna untuk menarik calon nasabah baru). Dilihat pada masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan sebagian sudah pernah tersentuh promosi dari pegadaian, seperti menerima brosur, dan mendengarkan iklan. Terhadap salah satu warga oleh ibu nurbintang hasibuan tentang bertransaksi dipegadaian. Tentang penjelasan promosi yang dilakukan akan tetapi ibu nurbintang hasibuan belum berminat untuk menggunakan jasa pegadaian dengan beberapa alasan tertentu seperti tempatnya yang harus ditempuh dan waktu untuk mendapatkan dana yang dibutuhkan. seiring dengan promosi yang dilakukan oleh pihak pegadaian hanya sebahagian masyarakatnya yang

⁶Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan,yaitu Ibu Masnidawati Nasution, Minggu/7/01/2018.

⁷ Wawancara dengan Kepala Lingkungan III Pasar Sibuhuan , yaitu Bapak Ismail Marjuki Nasution, Selasa/9/01/2018.

melakukan transaksi jasa lainnya. Hal ini terlihat pada masyarakat yang masih menjual barang kepemilikannya dengan harga murah, karena faktor keterpaksaan (kebutuhan mendesak) maka barang tersebut berpindah kepemilikan. Fenomena seperti ini perlu sekali sebuah solusi yang mampu menampung keinginan mereka.⁸

Slogan “Megatasi Masalah Tanpa Masalah” perlu kiranya intensifikasi pemahaman masyarakat terhadap pegadaian sehingga tidak ada lagi masyarakat yang menjual barangnya jika mereka memerlukan uang apalagi sampai menggunakan jasa rentenir.

Tabel 1.1
Jumlah Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan Kecamatan Barumun
Kabupaten Padanglawas

Jumlah kepala keluarga	Jumlah jiwa masyarakat
321 jumlah keluarga	3216 jumlah jiwa

Sumber: kepala kelurahan lingkungan III pasar sibuhuan

Seperti halnya masyarakat lingkungan III memiliki jumlah kepala keluarga sekitar 321 keluarga dan 3216 jumlah jiwa. dengan latar belakang pendidikan setiap masyarakatnya berbeda-beda mulai dari lulusan Sekolah dasar s/d Perguruan Tinggi. Memiliki jumlah tanggungan keluarga bervariasi mulai 4-12 anggota keluarga dalam satu rumah. Masyarakatnya juga memiliki pekerjaan yang bermacam-macam diantaranya, PNS, Petani, Wiraswasta, dan pedangang, sehingga penghasilan dari masyarakatnya juga bervariasi yaitu dari RP 600.000 sampai RP 5.000.000/bulan.⁹ Berdasarkan observasi awal dengan masyarakat di lingkungan III pasar sibuhuan kebanyakan belum

⁸Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Nurbintang Hasibuan, Senin/8/01/2018.

⁹ Buku Induk Kependudukan Lingkungan III pasar Sibuhuan (Daftar Keluarga).

mengenal bagaimana sistem kerja yang ditawarkan oleh pegadaian karena kurangnya pengetahuan terhadap pegadaian.¹⁰

Berdasarkan hal-hal diatas dan didukung dengan observasi awal penulis tertarik menulis suatu penelitian dengan judul sebagai berikut.
”Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi Terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan Untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah”

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah penelitian (pertanyaan penelitian), penelitian tersebut dilihat sebagai proses yang mencakup penemuan masalah (*problem finding*), dan pemecahan masalah (*problem solving*) dari hasil penelitian data, pengumpulan serta menganalisis data.¹¹

Dari latar belakang masalah diatas dapat diambil identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih banyak masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan yang menggunakan jasa rentenir dibanding jasa pegadaian.
2. Faktor sosial masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan yang beragama Islam belum sepenuhnya untuk menggunakan jasa pegadaian Syariah.
3. promosi yang dilakukan oleh pihak pegadaian syariah di lingkungan III pasar sibuhuan belum maksimal.

¹⁰Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Susilawati Hasibuan, Minggu /7/01/2018.

¹¹Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2008), hlm.18.

4. Faktor pribadi atau sikap masyarakat yang belum sepenuhnya menerima lembaga keuangan syariah.
5. Faktor psikologi masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan yang menyamakan pegadaian syariah dengan rentenir.
6. Budaya masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan yang konsumtif mengakibatkan sebagian tergantung pada rentenir.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan sejumlah masalah yang merupakan pertanyaan penelitian yang akan dicari jawabannya melalui penelitian.¹² Peneliti membuat batasan masalah untuk penelitian ini, yakni hanya berfokus pada faktor sosial, faktor pribadi dan faktor promosi yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Adapun batasan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah?

¹²Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2010), hlm. 18.

4. Apakah terdapat pengaruh faktor sosial, pribadi, dan promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah?

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur variabel ataupun semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel.¹³

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap istilah yang dipakai dalam proposal ini disini dibuat definisi operasional variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1.2
Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel Penelitian	Definisi Variabel	Indikator variabel	Skala
1	X ₁ (Faktor sosial)	Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan. ¹⁴	1. Keluarga 2. peran dan status sosial 3. kelompok acuan	Likert
	X ₂ (Faktor pribadi)	Faktor pribadi adalah pola kebiasaan seseorang dalam suatu tindakan. ¹⁵	1. Keadaan ekonomi 2. Gaya hidup 3. Pekerjaan 4. Kepribadian dan konsep diri	Likert

¹³Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Lp3es, 1989), hlm. 46.

¹⁴ Philip kotler dan Kevin lane keller, *manajemen pemasaran* (new jersey: PT indeks, 2007), hlm. 214.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 215.

			5. Usia dan tahap siklus hidup	
	X ₃ (Faktor promosi)	Promosi merupakan salah satu yang dilakukan agar produk atau jasa yang dihasilkan suatu perusahaan laku dijual masyarakat atau nasabah. ¹⁶	1. Periklanan (<i>advertising</i>) 2. Penjualan tatap muka (<i>personal selling</i>) 3. Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) 4. Publisitas (<i>publicity</i>)	Likert
2	Y (Minat masyarakat)	Minat adalah suatu Kecenderungan untuk menentukan keputusan ataupun tindakan ¹⁷	1. Memberikan perhatian 2. Situasi 3. Rasa senang	Likert

E. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang disusun berdasarkan masalah yang harus dicari jawaban melalui pengumpulan data.¹⁸

Berdasarkan batasan masalah yang diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang dibahas peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaan syariah?

¹⁶ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran*, (Diktat Kuliah: STAIN Padangsidimpuan, 2013), hlm. 35.

¹⁷ Abdul Rahman Saleh Dan Muhib Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 263.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, & R&D* (Bandung: Alfabeta 2010), hlm. 206.

2. Apakah ada pengaruh faktor pribadi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah?
3. Apakah ada pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah?
4. Apakah ada pengaruh faktor sosial, pribadi, promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah?

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan untuk pengembangan ilmu pengetahuan, dan biasanya bersifat jangka panjang karena pada umumnya tidak terkait dengan suatu pemecahan permasalahan yang secara praktis (terapan).¹⁹

Tujuan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap minat masyarakat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah.

¹⁹ Ruslan, Rosady, *Op.Cit.*, hlm. 7.

4. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, pribadi, promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pengadaian syariah.

G. Kegunaan penelitian

Kegunaan hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan. Kalau tujuan penelitian dapat tercapai, dan rumusan masalah dapat terjawab secara akurat maka sekarang kegunaannya ialah untuk mengembangkan ilmu/kegunaan teoritis dan praktis.²⁰

a. Bagi Peneliti

- a. Sebagai sarana untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan kurangnya minat masyarakat menggunakan jasa pengadaian syariah.
- b. Sebagai alat dalam mengimplementasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah.

b. Bagi Dunia Akademi

Penelitian ini diharapkan berguna bagi IAIN pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan ,khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

c. Bagi Masyarakat

Selain diharapkan berguna bagi peneliti dan tempat penelitian, juga diharapkan berguna untuk masyarakat yang diteliti, adapun kegunaan Yaitu sebagai bahan rujukan dalam pengambilan keputusan apabila nantinya akan menggunakan jasa pengadain syariah.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 283.

H. Sitematika pembahasan

Penelitian ini memiliki sistematika pembahasan untuk lebih mudah memahami pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti membuat sistematika pembahasan yang terdiri dari beberapa bab sebagai berikut.

BAB I merupakan pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam pendahuluan membahas tentang hal yang melatar belakangi suatu masalah untuk diteliti. Masalah yang muncul tersebut akan didefinisikan kemudian memilih beberapa poin sebagai batasan masalah dari identifikasi masalah yang ada. Batasan masalah yang telah ditentukan akan dibahas mengenai definisi dan skala pengukuran berkaitan dengan variabelnya. Kemudian dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian tersebut yang nantinya penelitian ini akan berguna bagi peneliti, perguruan tinggi dan lembaga terkait.

Bab II merupakan landasan teori yang terdiri kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis. Secara umum sub bahasan yang ada dalam landasan teori membahas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dijelaskan dalam kerangka teori. Kemudian teori-teori berkaitan dengan variabel penelitian tersebut akan dibandingkan dengan pengaplikasiannya sehingga akan terlihat jelas masalah yang terjadi. Setelah itu, penelitian ini akan dilihat

dan dibandingkan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang sama. Teori yang ada tentang variabel tentang bentuk kerangka pikir. Kemudian membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara tentang penelitian.

Bab III merupakan metodologi penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan uji reliabilitas instrumen dan analisis data. Secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Setelah itu, akan ditentukan populasi ataupun yang berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti dan memilih beberapa atau seluruh populasi sebagai sampel dalam penelitian. Data-data yang dibutuhkan akan dikumpulkan guna memperlancar pelaksanaan penelitian, baik dengan menggunakan studi kepustakaan, dokumentasi dan lain sebagainya. Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang diperlukan dalam penelitian tersebut.

Bab IV memuat hasil penelitian, meliputi: pembahasan Hasil penelitian, diperoleh setelah penelitian melakukan penelitian lapangan yang kemudian diolah dalam pembahasan. Hasil penelitian akan menjawab rumusan masalah dan hipotesis.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. secara umum, seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup

adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian ini. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Minat

a. Pengertian Minat

Minat dalam kamus lengkap Bahasa Indonesia diartikan sebagai keinginan, kehendak, dan kesuksesan.¹ Minat dapat timbul karena daya tarik dari dan juga datang dari hati sanubari. Minat yang besar terhadap sesuatu merupakan modal yang besar artinya untuk mencapai dan memperoleh benda atau tujuan yang diminati itu.² Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, Menurut Abdul Rahman Saleh “minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang”.³

- 1) Memberikan perhatian, dapat diartikan menjadi dua yaitu pemusatan tenaga atau kekuatan jiwa yang tertuju pada suatu objek dan

¹ Sofiah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Agung), hlm. 400.

² M. dalyono, *psikologi pendidikan* (Jakarta: rineka cipta 2012), hlm. 56.

³ Abdul Rahman Saleh Dan Muhib Wahab. *Loc.Cit.*

pendayagunaan kesadaran untuk menyertai suatu aktivitas. Perhatian adalah pemusatan tenaga psikis tertuju kepada suatu objek.⁴

- 2) Situasi merupakan hasil persepsi seseorang tentang berbagai aspek lingkungannya, yang akan mempengaruhi perilaku mereka, sering digambarkan sebagai daya organisasi. Situasi tidak hanya memberikan arti yang terbatas pada hal-hal yang bersifat fisik dan juga berupa kumpulan orang-orang yang berada dalam suatu organisasi yang menggambarkan lingkungan internal organisasi tersebut.⁵ Aktivitas dan situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dan disertai dengan perasaan senang.
- 3) Perasaan, pikiran akan berpengaruh besar terhadap perilaku seseorang. Kebahagiaan merupakan suatu hal yang penting dalam kehidupan tanpa melihat batas usia seseorang. Kebahagiaan merupakan perasaan yang dapat dirasakan berupa perasaan senang, tenang dan memiliki kedamaian. Minat mempengaruhi sifat-sifat dan prinsip hidup serta pola hidup manusia. Minat yang baik akan menciptakan sifat dan pola hidup yang baik juga. Minat sebagai tenaga pendorong yang kuat bagi kehidupan. Perubahan minat dalam diri manusia dimulai dari pandangan terhadap suatu hal, dalam hal

⁴ Rennisa anggraeni, "hubungan persepsi perhatian orang tua dan kedisiplinan belajar terhadap prestasi belajar siswa kelas X IPS SMA negeri," dalam jurnal, volume 6, No 2, 2015, hlm.123.

⁵ Syahyono, " Analisis Pengaruh Situasi Kerja, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja,"*Dalam Jurnal AKP*, Volume 6, No 2, Agustus 2016, hlm.54.

memandang tersebut akan terbesit di otak kita untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai hal tersebut, kemudian akan terdapat kesimpulan didalam diri manusia apakah ingin seperti itu atau tidak. Perasaan senang adalah aktifitas psikis yang didalamnya subyek menghayati nilai-nilai suatu obyek. hubungan perasaan dalam mencapai minat adalah perasaan senang , perasaan senang akan menimbulkan minat yang diperkuat dengan adanya sikap positif, sebab perasaan senang merupakan suatu keadaan jiwa akibat adanya peristiwa yang datang pada subyek bersangkutan. Sebagai contoh jika siswa mengikuti praktik mempunyai perasaan senang, maka ia akan bersungguh-sungguh dalam melaksanakan aktivitasnya dengan harapan memperoleh pengalaman dalam bidang tersebut yang kemudian akan membutuhkan minat untuk melakukan usaha sendiri.⁶

b. Macam- Macam Minat

Menurut Abdul Rahman Saleh dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa macam minat yaitu:

- 1) Berdasarkan timbulnya, minat yang dibedakan menjadi minat *primitif* dan *kultural*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau

⁶Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Gunung Jati, 1995), hlm.75.

nyaman dan kebebasan beraktivitas. minat cultural atau minat sosial, minat yang timbulnya karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung berhubungan dengan diri kita. Contoh: keinginan untuk membeli mobil, kekayaan, dan pakaian mewah.

- 2) Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi minat *intrinsik* dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri, ini merupakan minat yang mendasar atau minat asli. Minat ekstrinsik adalah minat yang bertujuan dengan hasil akhir dari kegiatan tersebut, apabila tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Contoh: seseorang belajar karena memang pada ilmu pengetahuan atau karena memang senang membaca, bukan karena ingin mendapat pujian.
- 3) Berdasarkan cara mengungkapkannya, minat dibedakan menjadi empat yaitu:⁷
 - a) *Expressed interest*: adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik yang berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi.

⁷Abdul Rahman Saleh Dan Muhib Wahab, *Op Cit.*, hlm.266.

- b) *Manifest interest*: adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobbinya.
- c) *Tested interest*: adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.
- d) *Infontried interest*: minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat-alat yang sudah distandardisasikan, dimana biasanya berisi peetanyaan-pertanyaan yang ditunjukkan kepada subjek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktivitas atau sesuatu objek yang dinyatakan.⁸

c. Faktor- faktor Timbulnya Minat

Faktor adalah keadaan ataupun peristiwa yang ikut menyebabkan atau mempengaruhi terjadinya sesuatu. Ada banyak faktor yang mempengaruhi timbulnya minat terhadap sesuatu, dimana secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu yang bersumber dari dalam

⁸*Ibid.*, hlm.265-268.

individu yang bersangkutan dan yang berasal dari luar yakni lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat.⁹

Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi secara umum adalah:

1) Faktor Budaya

Faktor budaya adalah kebiasaan suatu masyarakat dalam menanggapi sesuatu yang dianggap memiliki nilai dan kebiasaan, yang biasa dimulai dari mereka menerima informasi, posisi sosial mereka dalam masyarakat, dan pengetahuan mereka apa yang mereka rasakan.¹⁰Faktor budaya terdiri dari kelompok kebudayaan, dan kelas sosial.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.¹¹Faktor sosial initerdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan,

⁹*Ibid.*, hlm.263.

¹⁰ Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, "Pengaruh Faktor Budaya Sosial dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen," *Dalam Jurnal*, No.32&36 Semarang 50242, hlm.6.

¹¹Supriyono, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individud Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret," *Dalam Jurnal*, Volume 2, No.3, September 2015, hlm. 5.

kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan.¹² Faktor ini terdiri dalam kelompok usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup.

4) Faktor Psikologi.

Faktor psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas kemauan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain.¹³ Faktor psikologi terdiri dari kelompok motivasi, persepsi, pengetahuan, kepercayaan dan sikap pendirian.

Menurut Abdurrahman Saleh Dan Muhib Abdul Wahab ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat diantaranya adalah sebagai berikut:¹⁴

- a) Dorongan dari dalam diri individu, misalnya dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja sama atau mencapai penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.
- b) Motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, misalnya minat terhadap

¹² Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, *Op.Cit.*, hlm.7.

¹³ Supriyono, *Op.Cit.*, hlm. 5.

¹⁴ Abdul Rahman Saleh dan Muhib Wahab, *Op.Cit.*, hlm.264.

pakaian timbul karena ingin mendapat persetujuan atau penerimaan dan perhatian orang lain.

- c) Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. bila seseorang mendafatkan kesuksesan pada aktivitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut. Sebaliknya suatu kegagalan akan menghilangkan minat terhadap hal tersebut.

d. Minat dalam presfektif islam

Sebagaimana dengan bakat minat juga merupakan sesuatu yang harus diteruskan pada hal-hal konkret.Karena sebenarnya minat masih merupakan hal yang abstrak. Upaya kita dalam membedakan minat inilah yang dituntut dalam islam ,jika kita memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak melakukan upaya untuk meraih, mendapatkan atau memilikinya maka minat itu tidak ada gunanya.¹⁵

Sesuatu yang naif jika seseorang memiliki minat pada sesuatu namun tidak meresponnya dengan tindakan nyata.Karena pada dasarnya jika kita menaruh minat pada sesuatu, maka kita menyambut baik dan bersikap positif dalam berhubungan dengan obyek atau lingkungan tersebut. Misalnya, seseorang yang berminat menguasai bahasa inggris, maka dia akan melakukan upaya untuk dapat

¹⁵*Ibid.*, hlm. 272.

mengetahui, memahami bahkan untuk berkomunikasi dengan bahasa inggris.

Dalam Al-Quran pembicaraan tentang hal ini terdapat pada surat pertama turun. Pada ayat pertama turun perintahnya adalah agar membaca. Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku atau dalam artian tekstual, akan tetapi semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala yang merupakan tanda kebesarannya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat kita dalam kehidupan ini, yang berkaitan dengan minat disampaikan dalam Al-Quran surat Al-Alaq ayat 3-5:¹⁶



 نَسْنَنَ عَلَّمَ بِالْقَلَمِ الَّذِي الْأَكْرَمُ وَرَبُّكَ أَقْرَأَ

 يَعْلَمُ لَمْ مَا إِلَّا

Artinya: “Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya (QS. al-Alaq ayat 3-5).¹⁷

Jadi, betapapun minat merupakan karunia terbesar yang dianugerahkan Allah SWT, kepada kita. Namun, bukan berarti kita hanya berpangku tangan dan minat serta bakat tersebut berkembang dengan sendirinya.

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 273.

¹⁷ Departemen Agama Republik Indonesia Al-qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Al-Fatih, 2012), hlm. 597.

Tetapi, upaya kita adalah mengembangkan sayap anugerah Allah itu kepada kemampuan maksimal kita sehingga karunia-nya dapat berguna dengan baik pada diri kita dan kepada orang lain serta lingkungan dimana kita berada.

2. Faktor Sosial

Selain dari faktor pribadi, faktor psikologi, faktor budaya, faktor sosial, juga mempengaruhi minat dalam pengambilan keputusan oleh konsumen terhadap barang dan jasa. Adapun ruang lingkupnya sebagai berikut:

- a. Kelompok acuan, yaitu terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa kelompok keanggotaan primer seperti, keluarga, teman, tetangga, rekan kerja, yang berinteraksi dengan seseorang secara terus-menerus dan informal. Orang yang menjadi anggota kelompok skunder, seperti kelompok keagamaan, profesi dan asosiasi perdagangan, yang cenderung lebih formal dan membutuhkan interaksi yang tidak begitu rutin.¹⁸ Seseorang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga memengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena

¹⁸Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller *,Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid 1,* (Jakarta:PT. Macanan Jaya Cemerlang, 2007), hlm.217.

orang tersebut umumnya ingin” menyesuaikan diri”. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat memengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.¹⁹

- b. Keluarga, merupakan kelompok primer yang paling berpengaruh. Orientasi keluarga terdiri dari orang tua. Dari orang tuahlah seseorang memperoleh pandangan agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.keluargaprokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, kelompok geografis.
- c. Peran dan status sosial, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya-keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat didepenisikan dalam peran dan status.²⁰ Kelas kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tertususun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku

¹⁹Nugroho J. Setiadi *perilaku Konsumen*, (Jakarta:Kencana,2010), hlm, 11.

²⁰ Philip Kotler, *Op.Cit.*, hlm, 11-12.

yang serupa.²¹ Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Setiap orang pasti berpartisipasi dengan banyak kelompok sepanjang hidupnya. Posisi orang dalam setiap kelompok inilah disebut sebagai peran dan status. Orang-orang memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status dalam masyarakat.

a) Keluarga dalam perspektif islam

Sejak awal peradaban manusia, masyarakat baik secara individual maupun kelompok, memiliki peranan penting dalam perekonomian. Pada dasarnya peran masyarakat ini merefleksikan kepedulian mereka terhadap sesama. Mereka bekerja tidak selalu untuk kepentingan dirinya semata, tetapi juga untuk kepentingan orang lain. Salah satu motivasi adalah karena seseorang menyadari, bahwa hidupnya akan selalu membutuhkan orang lain. Manusia adalah makhluk individu sekaligus sosial sehingga secara naluriah selalu membutuhkan uluran tangan dan suka mengulurkan tangannya kepada orang lain, baik dalam bentuk materi maupun nonmateri. Seorang muslim terhadap muslim lainnya adalah ibarat satu tubuh atau bangunan yang saling mendukung antara satu bagian dengan bagian lainnya. Keluarga memiliki peranan penting dalam upaya mewujudkan kesejahteraan masyarakat, di luar sistem ekonomi pertukaran dalam

²¹Nugroho J. Setiadi, *Op Cit.*, hlm,10-11

pasar maupun pemerintah. Keluarga telah memberikan kontribusi yang bernilai ekonomis sangat tinggi terhadap perekonomian. Ajaran islam mewajibkan kepala keluarga untuk bertanggung jawab atas nafkah seluruh keluarga serta mengatur hak dan kewajiban seluruh anggota keluarga, sehingga tercipta keluarga yang harmonis. Keluarga juga memiliki kewajiban untuk turut menjaga kesejahteraan family dan tetangga di lingkungannya. Atas dasar hubungan keturunan dalam keluarga, islam juga mengatur ketentuan waris sebagai bentuk mekanisme redistribusi kekayaan yang bersifat pasti.²²

3. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup seperti pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan konsep diri serta nilai dan gaya hidup pembeli. karena banyak karakteristik memiliki dampak langsung pada perilaku konsumen. Adapun ruang lingkup dari faktor pribadi antara lain:

- a. Usia dan tahap siklus hidup, manusia memerlukan barang dan jasa sepanjang hidupnya. Perilaku ini berubah-ubah sesuai perkembangan siklus keluarga sesuai dengan perkembangan siklus keluarga. dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga yang mengidentifikasi tahapan-

²²Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI* (Jakarta:Rajawali Pers,2014), hlm. 463-467

tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi pada saat mereka menjalani hidupnya. Orang membeli barang dan jasa yang berbeda-beda sepanjang hidupnya selera orang terhadap sesuatu juga berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh *siklus hidup keluarga* dan jumlah usia, dan *gender* orang dalam rumah tangga pada suatu saat.

- b. Pekerjaan, pekerjaan seseorang juga memengaruhi pola konsumsinya. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka.²³ Pekerjaan dapat mempengaruhi jenis konsumsi seseorang. Pemasaran perlu mengidentifikasikan kebutuhan keluarga sesuai dengan pekerjaan, kemudian dapat mengkhususkan produk dan jasa tertentu untuk kelompok pekerjaan tertentu.²⁴
- c. Keadaan ekonomi, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap kegiatan berbelanja dan menabung. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya

²³Philip Kotler, *Op.Cit.*, hlm.222-223.

²⁴Kurniati,"Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi", *Dalam Jurnal*, Volume VI,NO1:45-52.hlm.47.

- (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.
- d. Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup didunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang. Gaya hidup seseorang dapat ditangkap dari kegiatan yang diikuti, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan dan mencerminkan sesuatu yang lebih luas dari kelas sosial disatu pihak dan kepribadian di pihak lain.
- e. Kepribadian dan konsep diri, kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang menabung responnya terhadap lingkungan yang relative konsisten. Kepribadian merupakan suatu variabel yang sangat berguna untuk menganalisis perilaku konsumen.²⁵ masing-masing orang memiliki karakteristik yang berbeda. kepribadian dijelaskan dengan cirri-ciri seperti kepercayaan diri, perbedaan, kondisi sosial, pertahanan diri, dan kemampuan beradaptasi. Sedangkan konsep diri yaitucara seseorang melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Para ahli psikologi membedakan konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata ialah

²⁵Nugroho J. Setiadi , *Op Cit.*, hlm.,115.

bagaimana seseorang melihat diri dengan sebenarnya dan konsep diri ideal adalah bagaimana diri manusia yang diinginkan.²⁶

b) Keadaan ekonomi dalam presfektif islam

Ekonomi sebuah aktivitas tentu tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Dengan demikian kajian ini merupakan wilayah yang sangat luas, kondisi ekonomi pada masa rasulullah dalam perjalanan hidupnya tersebut tentu saja banyak memberikan teladan bagaimana aktivitas ekonomi dijalankan terlebih-lebih dalam konteks berdagang.

²⁷Akibat kejahatan kaum Quraisy dan blokade ekonomi mereka terhadap kaum Muslimin, pendapatan perkapita kaum Muslimin di Makkah sebelum hijrah ke Madina sangat rendah. Berkat langkah-langkah yang diambil Rasulullah Saw, atas nama kaum Muhajirin dan seluruh kaum Muslimin di Madinah dan Hijaz, secara bertahap kesejahteraan kaum Muslimin mengalami perkembangan.

Aktivitas ekonomi yang utama pada awal perkembangan Islam meliputi perdagangan, kerajinan tangan, pertanian, dan peternakan. Pendapatan dari dua kategori pertama dapat dinilai dalam dinar dan dirham yang merupakan unit moneter pada periode awal perkembangan Islam. Langkah pertama yang dilakukan oleh nabi untuk meningkatkan produksi dan lapangan pekerjaan di Madinah antara lain

²⁶Kurniati, *Op Cit.*, hlm.,47.

²⁷ Akmal Tarigan, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Bandung:Citapustaka Media,2016) hlm.208-209.

adalah mendorong kaum Anshar dan Kaum Muhajirin untuk melaksanakan *muzara'ah* dan *musāqat*.

Salah satu sumber pendapatan yang penting bagi kaum Muslimin adalah harta rampasan yang dikumpulkan dari berbagai peperangan. Ketika pendapatan yang diperoleh dari *khums*, zakat, jizyah, dan lain-lain cukup tinggi, nabi memerintahkan agar para pengurus Baitul-Mal, juru dakwah dan pejabat lainnya mendapatkan gaji yang dibayarkan dari dana ini. Dapat dikatakan bahwa pendapatan Negara dalam jumlah besar dan juga adanya peningkatan pendapatan per kapita dan kenaikan standar hidup kaum Muslimin segera setelah hijrah terjadi berkat kebijakan yang dilakukan oleh nabi.

4. Konsep Promosi

Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal suatu lembaga oleh karena itu promosi merupakan sarana paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. Salah satu tujuan promosi adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru.²⁸

²⁸Kasmir, *pemasaran bank*, (Jakarta: Kencana Perenada Media Group, 2010), hlm.155

Masing-Masing Sarana promosi memiliki tujuan yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

1. Periklanan merupakan promosi yang dilakukan dalam bentuk tayangan, gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur, televisi dan radio.
 2. promosi penjualan merupakan promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan melalui potongan harga atau hadiah pada waktu tertentu terhadap barang-barang tertentu pula.
 3. Publisitas merupakan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan citra lembaga didepan para calon nasabah.
 4. penjualan pribadi merupakan promosi yang dilakukan melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut memengaruhi nasabah.
- tujuan menggunakan media iklan tergantung dari tujuan setiap lembaganya, masing- masing media memiliki tujuan yang berbeda-beda.²⁹

Untuk menggunakan promosi melalui iklan perlu menggunakan sarana media.penggunaan sarana media ini dilakukan dengan berbagai pertimbangan. Adapun pertimbangan penggunaan media yang dipakai untuk pemasangan iklan sebagai berikut:

- 1) Jangkauan media yang akan digunakan termasuk jumlah yang akan diterbitkan.

²⁹*Ibid.*, hlm 156.

- 2) Sarana atau konsumen yang akan dituju.
- 3) Biaya yang akan dikeluarkan, biaya untuk pemasangan iklan dimedia yang akan dituju. Keunggulan promosi melalui iklan antara lain:
 - a) *Presentasi public* artinya, iklan menawarkan pesan yang sama kepada banyak orang.
 - b) *Pervasiveness* yaitu memungkinkan perusahaan untuk mengulang pesan berulang kali.
 - c) *Amplified Expressiveness* artinya, berpeluang untuk mendramatisir produk melalui pemanfaatan suara, warna atau bentuk produk.
 - d) *Impersonality* artinya konsumen atau nasabah tidak wajib untuk memperhatikan dan merespon iklan sekarang.³⁰

Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank dimata para nasabah.³¹

³⁰ Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank Diktat*: (IAIN Padangsidimpuan 2014), hlm.

³¹ Kasmir, *pemasaran bank*, (Jakarta: Kencana Perenada Media Group, 2010), hlm. 155

c) Promosi dalam prespektif islam

Promosi dalam Islam adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh produsen, baik secara langsung ataupun tidak, untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen melalui beragam media dengan tujuan meningkatkan permintaan atas produknya.

Sedangkan dalam pandangan Islam disebutkan bahwa, dalam pasar syari'ah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya Insha Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT. Keefektifan dari sarana promosi yang dilakukan tergantung dari media promosi yang digunakan dan jenis produk yang dipasarkan sebagaimana firman allah yang menggambarkan golongan kaum muslimin yang beruntung, dijelaskan pada Al-Quran surah Al- Mu'minin ayat 8:³²

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ

Artinya: Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya.

Maksud amanat pada ayat diatas adalah menyampaikan hak ataupun apa saja kepada pemiliknya dengan tidak ada pengurangan.

³² Nurasnawi Masyhuri, *Metodo Logiriset Manajemen Pemasaran* (Malang:UIN-Maliki Press, 2011) hlm. 97.

5. Pengadaian

Gadai secara bahasa berarti “menahan”. Maksudnya adalah menahan sesuatu untuk dijadikan sebagai jaminan utang.³³transaksi hukum gadai dalam fikih Islam disebut *ar-rāhn*. *Ar-rāhn* adalah suatu jenis perjanjian untuk menahan suatu barang sebagai tanggungan hutang. Pengertian gadai secara bahasa arab adalah *al-subut wa al-dawām*, yang berarti tetap dan kekal, seperti dalam kalimat *maun rāhin*, yang berarti air yang tenang.³⁴

Pengertian tetap dan kekal dimaksud, merupakan makna yang tercakup dalam kata *al-habsu*, yang berarti menahan. Kata ini merupakan makna yang bersifat materil. Karena itu, secara bahasa kata *ar-rāhn* berarti menjadikan sesuatu barang yang bersifat materil sebagai pengikat hutang. pengertian gadai secara bahasa yang diungkapkan diatas adalah tetap, kekal, dan jaminan. Sedangkan dalam pengertian istilah adalah menahan sejumlah harta yang diserahkan sebagai jaminan secara hak, dan dapat diambil kembali sejumlah harta sesudah ditebus.

Adapun pengertian gadai menurut para ahli hukum islam adalah sebagai berikut:

³³ Burhanuddin S, *aspek hukum lembaga keuangan syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 170.

³⁴ Zainuddin ali, *hukum gadai syariah*, (Jakarta, 2002), hlm. 1

- a. Ulama Syafi'iyah mendefinisikan sebagai berikut: “menjadikan suatu barang yang biasa dijual sebagai jaminan utang dipenuhi dari harganya, bila yang berutang tidak sanggup membayar utangnya.”
- b. Ulama Malikiyah mendefinisikan sebagai berikut: “sesuatu yang bernilai harta (*muttamawwāl*) yang diambil dari pemiliknya untuk dijadikan pengikat atas utang yang tetap (mengikat).”
- c. Muhammad Syafi'i Antoni, “gadai syariah (*rāhn*) adalah menahan salah satu hak milik nasabah (*rāhin*) sebagai barang jaminan (*marhūn*) atas utang/pinjaman (*marhūn bih*) yang diterimanya.” Marhun tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan atau penerima gadai (*murtahīn*) memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya.³⁵

Berdasarkan pengertian gadai yang dikemukakan oleh para ahli hukum Islam diatas, peneliti berpendapat bahwa gadai adalah menahan barang sebagai jaminan atas pinjaman yang telah diterima, dimana barang tersebut bernilai ekonomis, sehingga pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk mengambil seluruh atau sebagian dari barang jaminan, apabila pihak yang mengadaikan tidak dapat membayar utang untuk menebus barang tersebut sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan.

³⁵Muhammad Syafi'i Antoni, *bank syariah dan teori ke praktek* (Jakarta:Gema Insani Press,2001), hlm,128.

6. Dasar hukum gadai syariah

Dasar hukum yang menjadi landasan gadai syariah yang digunakan sebagai membangun konsep gadai, yang dijelaskan dalam firman Allah QS. Al- Baqarah ayat 283 adalah sebagai berikut:³⁶

أَمِنْ فَاِنْ مَّقْبُوْضَةٌ فَرِهَنْ كَاتِبَاتٍ تَجِدُوْنَ اَوْ لَمْ يَسْفِرْ عَلٰى كُنْتُمْ وَاِنْ
 اَوْ لَا رَبَّهُ رُءُوْلًا لَّيْتَقِ اٰمَنَتَهُ رَاَوْثَمِنَ الَّذِي فَلَئُوْدٍ بَعْضًا بَعْضُكُمْ
 لَمُنَ بِمَا وَاَللّٰهُ قَلْبُهُ رءَا اَثْمَ فَاِنَّهٗ رِيْكُتْمَهَا وَاَمِنَ الشَّهَادَةَ تَكْتُمُوْ

عَلِيْمٌ تَعْمَ ﴿٢٨٣﴾

Artinya: “jika kamu dalam perjalanan (dan bermu'amalah tidak secara tunai) sedang kamu tidak memperoleh seorang penulis, Maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang). Akan tetapi jika sebagian kamu mempercayai sebagian yang lain, Maka hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (hutangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya; dan janganlah kamu (para saksi) Menyembunyikan persaksian. dan Barangsiapa yang menyembunyikannya, Maka Sesungguhnya ia adalah orang yang berdosa hatinya; dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”³⁷

Syaikh Muhammad ‘Ali As-Sayis berpendapat bahwa ayat Al-Qu’an diatas adalah petunjuk untuk menerapkan prinsip kehati-hatian bila seseorang hendak melakukan transaksi utang piutang yang memakai jangka waktu

³⁶ Asy-Syaikh Muhammad ‘Ali As-Sayis, *Tafsir Ayat Al-Ahkam*, hlm.175.

³⁷ Kementrian Agama RI, *Al-Quran Tajwid & Terjemahan* (Bandung:PT. Sigma Examedia Arkanleema,2007), hlm. 50.

dengan orang lain, dengan menjaminkan sebuah barang kepada orang yang berpiutang.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Variabel/ Analisis	Hasil penelitian	Persamaan penelitian dengan peneliti	Perbedaan penelitian dengan peneliti
1	Nurul Amaliah, Skripsi 2016, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.	Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nasabah dalam Menggunakan <i>E-Banking</i> di Kecamatan Padangsidimpuan.	X_1 = faktor budaya X_2 =faktor sosial X_3 =faktor pribadi $Y =$ Menggunakan <i>E-Banking</i> Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan pengujian hipotesa secara bersamaan dimana faktor budaya, faktor sosial dan pribadi, secara simultan berpengaruh terhadap nasabah menggunakan <i>e-banking</i> dikecamatan padangsidimpuan.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nurul Amaliah adalah variabel independennya adalah Faktor sosial dan faktor pribadi sama dengan peneliti.	Perbedaan variabel dengan penelitian terdahulu adalah di variabel dependennya menggunakan <i>E-Banking</i> sedangkan peneliti menggunakan variabel dependennya minat. serta peneliti terdahulu melakukan penelitian di institut negeri padangsidimpuan, sedangkan peneliti melakukan penelitian di masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan.
2	Azis Suhada, Skripsi 2015, Institut Agama Islam Negeri	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat	Taksiran barang (X_1) minat, dan lokasi . Analisis yang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa taksiran barang jaminan dan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Aziz Suhada	Perbedaan variabel indeviden penelitian terdahulu adalah taksiran barang sedangkan variabel

	Padangsidimpuan)	Masyarakat Sipirok Menjadi Nasabah Pada Unit Pegadaian Syariah Sipirok	digunakan adalah regresi linear berganda	lokasi mempengaruhi minat terhadap minat masyarakat di unit pegadaian syariah sipirok.	adalah variabel dependennya minat sama dengan peneliti.	independen peneliti adalah sosial, promosi, pribadi. serta peneliti terdahulu melakukan penelitian di institut negeri padangsidimpuan, sedangkan peneliti melakukan penelitian di masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan
3	Riska Rambe Su, Skripsi 2017, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan)	Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Sadabuan.	$X_1 =$ periklanan, $X_2 =$ <i>personal selling</i> dan minat nasabah (Y) Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda .	Hasil penelitian menunjukkan, periklanan dan <i>personal selling</i> memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap minat nasabah. produksi karet rakyat.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian Riska Rambe adalah variabel dependennya adalah minat sama dengan peneliti.	Perbedaan variabel independen penelitian terdahulu adalah variabel (X_1) periklanan dan (X_2) <i>personal selling</i> yang membedakannya dengan peneliti yaitu di variabel (X_1) Faktor sosial, (X_2) Faktor pribadi dan (X_3) Faktor promosi. serta peneliti terdahulu melakukan penelitian di institut negeri padangsidimpuan, sedangkan peneliti melakukan penelitian di masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting.³⁸ didalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah didefinisikan dalam kerangka teoritis yang relevan, yang mampu menangkap, menerangkan, dan menunjuk prespektif terhadap masalah penelitian.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan tertentu. Faktor sosial juga mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan pegadaian syariah.

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. sedangkan minat adalah kecenderungan untuk menentukan keputusan atau tindakan. Maka dapat dilihat bahwa faktor pribadi juga mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa pegadaian syariah untuk melakukan transaksi.

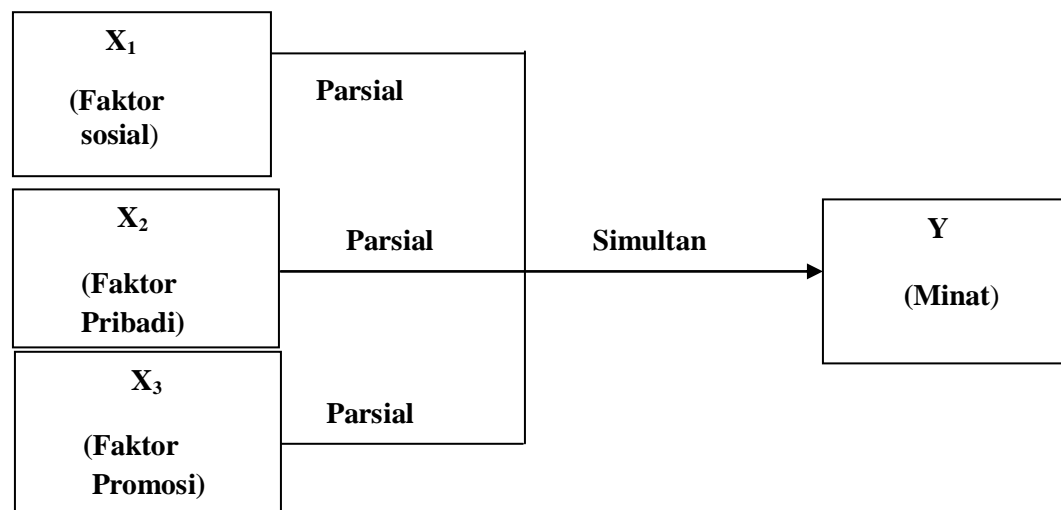
Faktor promosi merupakan sarana yang ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah. salah satu tujuan promosi adalah untuk menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan untuk menarik calon nasabah baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan

³⁸Sugiyono, *Of.Cit.*, hlm.283.

produk, faktor promosi juga ikut mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan transaksi di pegadaian syariah.

Kerangka pikir berikut ini menggambarkan mengenai minat masyarakat yang dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi. Hal ini didasarkan sesuai yang dikemukakan oleh Philip Kotler terdapat empat faktor yang mempengaruhi minat masyarakat yaitu faktor sosial, budaya, pribadi, dan psikologi. Namun penelitian ini dibatasi pada variabel sosial dan pribadi, serta faktor promosi. Maka peneliti menggambarkan kerangka pemikiran teoritik sebagai berikut:

Gambar 2.1
Gambar Kerangka pikir



D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani, yang terdiri atas akar kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dari dan *thesis* berarti pendapat. Dengan demikian hipotesis dapat didefinisikan sebagai pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari persoalan yang diajukan, yang kebenarannya masih perlu dibuktikan lebih lanjut.³⁹ Menurut Suharsimi Arikunto, hipotesis merupakan “dugaan, setelah dibuktikan melalui data yang dapat dipercaya keabsahannya lalu berubah status menjadi tesis (kebenaran)”.⁴⁰

Jadi dapat disimpulkan hipotesis adalah jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan tinjauan dan kajian terhadap penelitian terdahulu yang relevan. Berikut ini adalah hipotesis yang dibuat peneliti:

H₁ = Ada pengaruh faktor sosial terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.

H₂ = Ada pengaruh faktor pribadi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.

H₃ = Ada pengaruh faktor promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.

H₄ = Ada pengaruh secara simultan antar faktor sosial, faktor pribadi, dan

³⁹Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.58.

⁴⁰Suharsimi Arikunto, *Of.Cit.*, hlm.45

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan oleh peneliti pada Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yang dilaksanakan pada bulan Januari 2018 sampai dengan Agustus 2018.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme.¹ Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain.²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian (penelaahan) dengan ciri mempunyai karakteristik yang

¹Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm.7

²Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), hlm.13.

sama.³ Penelitian ini dibatasi hanya pada masyarakat yang sudah berkeluarga. Maka populasi pada penelitian ini sebanyak 3216 jiwa yang tersebar 321 keluarga.⁴

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (contoh), untuk dijadikan sebagai bahan penelaahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya.⁵ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan, dana, tenaga, waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Maka pada penelitian ini sampelnya adalah bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Suharsimi arikunto mengemukakan bahwa jika jumlah subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika subjeknya besar dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih.⁶ Maka berdasarkan hal diatas peneliti menetapkan sampel sebanyak 20% dari 321 jumlah populasi masyarakatnya yang sudah berkeluarga.

³Andi Supangat, *Statistika* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm.3.

⁴Buku Induk Kependudukan Lingkungan III pasar Sibuhuan (Daftar Keluarga).

⁵*Ibid.*, hlm.10.

⁶Suharsimi Arikunto, *Of.Cit.*, hlm.112.

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$321 \times 20\% = 64.2$ maka jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 64 responden.

Teknik penarikan sampel menggunakan *Sampling Purvosive* atau disebut juga dengan *Jugmental Sampling* yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap jumlah sampel. Adapun kriteria yang diambil khusus terhadap jumlah sampel yang diambil sebanyak 64 keluarga yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Kriteria Sampel yang diambil

NO	Kriteria Sampel	Jumlah Sampel
1	Jenis kelamin 1. Laki-laki 2. Perempuan	35 Keluarga 29 Keluarga
2	Segi Pendidikan 1. SMP 2. SMA 3. Perguruan Tinggi	20 Keluarga 28 Keluarga 16 Keluarga
3	Segi Pekerjaan 1. Petani 2. Pedagang 3. PNS	29 Keluarga 25 Keluarga 10 Keluarga
4	Segi Pendapatan 1. Rp. 300.000 2. Rp. 500.000 3. Rp.1.000.000-Rp 2.000.000 4. Rp. 5.000.000	19 Keluarga 15Keluarga 18 Keluarga 12 keluarga
5	Waktu Menggunakan Jasa Gadai 1. 1 tahun 2. 2 tahun 3. 3 tahun Waktu Menggunakan Jasa Rentenir 1. 1 tahun 2. 2 tahun	19 Keluarga 22 Keluarga 23 Keluarga 11 Keluarga 25 Keluarga

3. 3 tahun	28 Keluarga
------------	-------------

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan, 2018*

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa dalam penarikan sampel dengan metode cara purposive Sampling, maka peneliti menggunakan tiga kriteria dalam menentukan sampel yang akan diteliti, yaitu:

- a. Jenis kelamin , yaitu laki-laki dan perempuan. dimana lebih banyak berjenis kelamin laki-laki yang diteliti dibandingkan perempuan.
- b. Segi pendidikan, yaitu SMP, SMA, Perguruan Tinggi. Dimana lebih banyak SMA, disebabkan masyarakat yang akan diteliti dominan lulusan SMA.
- c. Segi pekerjaan , yaitu petani, pedagang, dan PNS. Dimana responden sebagai petani lebih banyak dibandingkan pekerjaan yang lain, disebabkan karena masyarakat yang akan diteliti pekerjaan yang dominan adalah petani.
- d. Segi pendapatan , dimana responden yang berpendapatan Rp 300.000 , berpendapatan Rp. 500.000, berpendapatan Rp.1.000.000-Rp 2.000.000 dan Rp. 5.000.000. Dimana lebih banyak responden yang diteliti berpendapatan Rp. 300.000
- e. Waktu menggunakan jasa gadai dan rentenir, yaitu dilihat dari berapa tahun sudah menggunakan jasa gadai dan rentenir yaitu dari 1 s/d 3 tahun.

D. Instrumen Pengumpulan Data

1. Angket

Angket adalah kumpulan dari pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang dan cara menjawab juga dilakukan dengan tertulis.⁷ Dalam hal ini menggunakan skala interval. Dan alat ukur yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang fenomena sosial. Jawaban dari setiap item yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Cara dalam pembagian angket yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan angket tertutup. Yang mana angket tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. pembagiannya diberikan secara langsung kepada responden dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela memberikan data obyektif dan cepat.⁸

Jenis angket yang digunakan angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda *Checklist* pada kolom atau tempat yang sesuai.

⁷Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT.Rineka Cipta,2010) ,hlm. 135

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, Dan R&D* (Bandung:Alpabeta 2016), hlm.142.

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Tabel 3.2
Skala likert

Kategori	Bobot positif (+)	Bobot negatif (-)
Sangat setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang setuju	3	3
Tidak setuju	2	4
Sangat tidak setuju	1	5

Dengan menyusun angket, agar tidak keluar dari pembahasan yang diteliti, maka peneliti menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Kuesionir Tentang Variabel Independen

NO	Variabel X	Indikator	Nomor Pertanyaan	
			Positif	Negatif
1	Faktor Sosial (X ₁)	a. Keluarga	1,3	2,4
		b. Peran dan status sosial	5,6,7,8	-
		c. Kelompok acuan	9,10	-
2	Faktor Pribadi (X ₂)	a. Keadaan ekonomi.	1,2,3	-
		b. Gaya hidup.	4,6	5
		c. Pekerjaan	7	8
		d. Kepribadian dan konsep diri	9	
		e. Usia dan tahap siklus hidup	10	
3	Faktor Promosi (X ₃)	a. Periklanan	2,3,5	1,4
		b. Promosi penjualan	6	-
		c. Publisitas	7	-
		d. Penjualan tatap muka	8,9	10

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Kuesionir Tentang Minat Masyarakat

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Pertanyaan	
			Positif	Negatif
1	Minat masyarakat	a. Memberikan perhatian	1,2,4,5	3
		b. Situasi	7	6
		c. Rasa senang	9,10	8

2. Dokumentasi

Dokumentasi yang dimaksudkan dalam hal ini berupa mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Data dokumentasi dapat berupa dokumen yang berisi informasi mengenai lokasi penelitian, informasi penelitian, surat, foto, dan catatan. Hal ini merupakan bukti otentikasi penelitian telah dilaksanakan di lapangan sehingga data tidak diragukan kebenarannya.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti harus dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Bila instrument alat ukur tersebut tidak valid maupun reliabel, maka tidak akan diperoleh hasil penelitian yang baik. Uji coba yang akan dilakukan meliputi sebagai berikut:

1. Uji validitas

Validitas/kesahihan adalah suatu objek yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrument. Untuk mengukur apakah kuesioner yang disusun tersebut valid/sahih, maka perlu diuji dengan korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total koesioner tersebut.⁹

Untuk mengukur butir soal valid atau tidak valid dapat dilakukan teknik uji validitas item dengan *kolerasi pearson*, yaitu dengan cara

⁹Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta:Kencana Preneda Media Group,2011), hlm. 132.

mengolerasikan skor item dengan skor totalnya. Skor total adalah penjumlahan seluruh item pada satu variabel. Kemudian pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid.¹⁰

2. Uji Realibilitas

Realibilitas digunakan untuk mengetahui kondisi alat ukur yang biasanya menggunakan koefisien. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *croanbach alph*. Uji realibilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan batasan 0,60. Menurut sekaran (1992), realibilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.¹¹

F. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis yang dilakukan dengan bantuan *spss* versi 22 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

¹⁰Duwi Priyatno, *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 51.

¹¹*Ibid*, hlm. 64

1. Analisis deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Metode ini bertujuan untuk mengetahui gambaran variabel penelitian yaitu pengaruh faktor sosial, pribadi, promosi terhadap masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas yang paling sederhana adalah membuat grafik distribusi frekuensi atas skor yang ada. Mengingat kesederhanaan tersebut, maka pengujian kenormalan data sangat tergantung pada kemampuan dalam mencermati plotting data. Jika jumlah data cukup banyak dan penyebarannya tidak 100% normal (tidak normal sempurna) , maka kesimpulan yang ditarik berkemungkinan salah.¹² Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan metode kolmogrov-simirnov, dengan melihat pada nilai Sig (signifikasi). Jika signifikasi kurang dari 0,05, kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikasi lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal.¹³

¹² Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Aplikasi dan Pengembangannya* (Kencana Prenada Media Group 2004). hlm.272.

¹³Duwi Priyatno, *Of.Cit.*, hlm.74.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah model regresi untuk peramalan memenuhi asumsi dalam regresi berganda. Tahap pengujian yang dilakukan adalah uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas antara variabel independen model regresi, hasil uji tersebut akan dijelaskan dibawah ini:

1) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antara variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien kolerasinya tinggi atau bahkan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas antara lain dengan melihat nilai *variance inflation faktor* (VIF) dan *tolerance*, apabila nilai VIF kurang dari 10 lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas (ghojali 2001).¹⁴

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang

¹⁴*Ibid.*, hlm. 103.

tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah dengan uji koefisien kolerasi spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode grafik dimana kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

- a) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁵

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefision determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dan menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefision determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.¹⁶

⁴⁴*Ibid.*, hlm. 113.

¹⁶Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 240.

5. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis untuk menunjukkan hubungan matematis antara variabel respons dengan variabel penjelas.¹⁷ Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel *independent* dengan variabel *dependent* apakah masing-masing variabel *independent* berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel *dependent* apabila nilai variabel *independent* mengalami kenaikan atau penurunan. Dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda berikut:¹⁸

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X₁ X₂ dan X₃ = Variabel *independent*

a = konstanta (nilai Y apabila X₁, X₂, X₃ = 0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

e = eror

Untuk memudahkan dalam penggunaan persamaan garis regresi diatas maka dari persamaan tersebut dapat diturunkan rumus:

$$\text{minat} = a + b_1 \text{ sosial} + b_2 \text{ pribadi} + b_3 \text{ promosi} + e$$

¹⁷Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi, 2010), hlm. 61.

¹⁸Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar Spss* (Yogyakarta: Media Kom, 2008), hlm.73.

Di dalam analisis ini juga terdapat output model summary yang menjelaskan tentang ringkasan hasil nilai kolerasi bergabda (R), koefisirn determinasi (R Square) koefisien determinasi yang disesuaikan (Adjusted R Square), dan ukuran kesalahan prediksi (*Std Error of the estimate*).

6. Uji Hipotesis

a. Uji signifikan parsial (uji t)

Statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.¹⁹ Yaitu untuk mengetahui apakah faktor sosial, pribadi, promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji signifikan simultan (uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh sevara bersama-sama terhadap variabel terikat.²⁰ Yaitu untuk mengetahui apakah faktor sosial, pribadi, promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa

¹⁹Mudjarad Kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 238.

²⁰Ibid., hlm. 239.

pegadaian syariah. ketentuan dalam uji f adalah: jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah lingkungan III pasar sibuhuan

Kabupaten Padang Lawas terletak di Provinsi Sumatera Utara. Secara geografis terletak pada garis 1 0 26' – 2 0 11' Lintang Utara dan 91 01' – 95 0 53' Bujur Timur dengan luas wilayah sebesar 4.229,99 Km² dan ketinggian berkisar antara 0-1.915 m Kabupaten Padang Lawas didominasi oleh tanah bergunung dengan luas 279.773 Ha 66,13 dan hanya 26.863 Ha 6,35 berupa tanah datar. Secara geografis Kabupaten Padang Lawas, berada diwilayah paling selatan Provinsi Sumatera Utara. Sebelah Utara berbatasan dengan kabupaten padang lawas utara , sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tapanuli Selatan, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Rokan Hulu, Provinsi Riau, dan sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Mandailing Natal dan Kabupaten Pasaman.

Kabupaten Padang Lawas merupakan Kabupaten pemekaran baru dari Kabupaten Tapanuli Selatan pada tahun 2007. Dasar hukum pendirian Kabupaten Padang Lawas adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 tahun 2007 dan disyahkan pada tanggal 10 Agustus 2007 tentang pembentukan kabupaten Padang Lawas. Kabupaten Padang Lawas

memiliki 12 Kecamatan, memiliki 303 desa, kelurahan 1. Salah satunya yaitu Kecamatan Barumon.¹

Barumon adalah sebuah Kecamatan di Kabupaten Padang Lawas , Ibukota Kecamatan ini berada di Pasar Sibuhuan. Memiliki VI lingkungan. Salah satunya yaitu lingkungan III pasar sibuhuan.

Lingkungan III (Banjar Raja) merupakan salah satu lingkungan III yang berada dikelurahan pasar sibuhuan yang ada di Kecamatan Barumon, ceritanya jaman dahulu di Banjar Raja ini adalah perkumpulan raja-raja luat bahkan sempat para raja mendirikan sopo perkumpulan namanya, sopo godung. para raja-raja memusyawarahkan apa yang akan diputuskan bahkan sampai sekarang masih ada peninggalannya yaitu AEK Godung Banjar Raja, itulah secara ringkas sejarah Banjar Raja. Yang paling top sekarang adalah kata orang banjar raja adalah raja segala-galanya. Sebelah Barat berbatasan dengan Jln.KH Dewantara atau jembatan depan Masjid Miftahul Jannah. sebelah Timur berbatasan dengan Sungai Aek Sibuhuan atau Banjar Kubur, sebelah Selatan berbatasan dengan Kampung Saroha, sebelah Utara berbatasan dengan Kampung Manggis. Pasar Sibuhuan dikecamatan Barumon merupakan satu-satunya kelurahan dikabupaten padang lawas.

Lingkunkan III pasar sibuhuan ini memiliki potensi sumber daya alam yang cukup berlimpah. Di sektor perkebunan sawit, karet, kopi, kakao, dan sebahagian juga masyarakatnya bertani menanam padi.²

¹ [Http// Moslemwiki.com/Kabupaten-padang-lawas](http://Moslemwiki.com/Kabupaten-padang-lawas), Diakses Pada Tanggal 12 Juni 2018, Jam 22.05 WIB.

Masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan saat ini memiliki jumlah jiwa 3216, dan terdiri 321 Keluarga.³

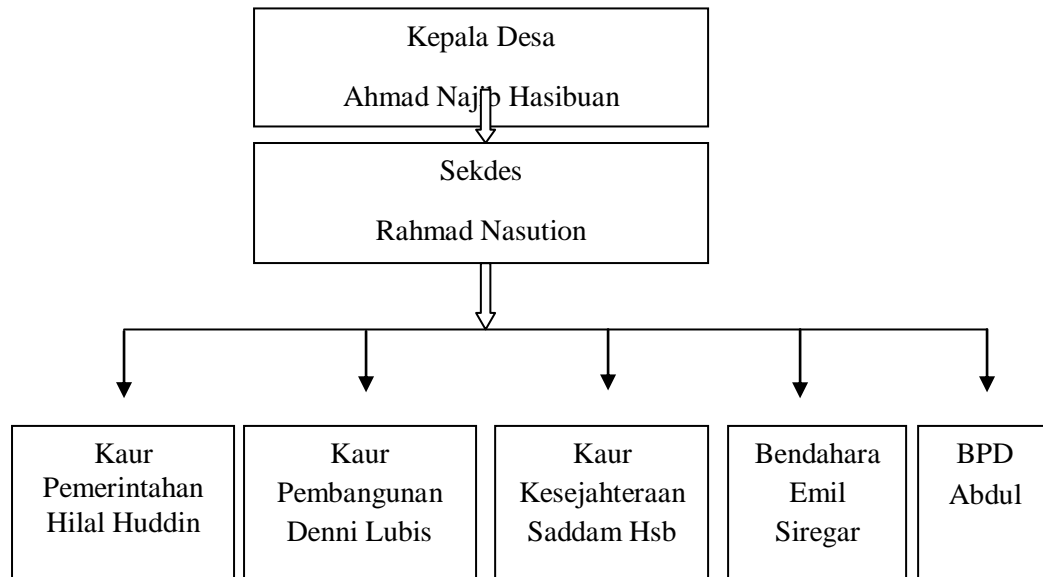
Tabel 4.1
Data Penduduk lingkungan III pasar sibuhuan

Data Penduduk	Jumlah Penduduk
Laki-Laki	458
Perempuan	558
Sudah Kawin	392
Belum Kawin	400
CR Hidup	30
CR Mati	23
Belum Sekolah	200
Tidak Tamat SD	200
Tamat SD	321
SLTP	250
SLTA	300
DIP II	50
DIP III	68
STR I	26

² Data lingkungan III pasar sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas, 12/7 /2018 Jam 08.20 WIB.

³ Wawancara dengan Bapak Ahmad Najib Hasibuan Selaku Kepala lingkungan III pasar sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas , 12/7 2018 Jam 07.30 WIB.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi lingkungan III pasar sibuhuan:⁴



2. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syariah UPS Sibuhuan

Latar belakang didirikannya Pegadaian Syariah yaitu untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program dibidang ekonomi dan pembangunan. Pada tanggal 1 April tahun 2010 Pegadaian syariah membuka unit di Jl. Kihajar Dewantara Lingkungan VI Kelurahan Pasar Sibuhuan, hal ini bertujuan untuk lebih memudahkan akses masyarakat datang ke Pegadaian karena terletak di pinggir jalan raya Sibuhuan, tujuannya untuk lebih memudahkan masyarakat mendapatkan dana yang cepat, mudah, dan aman.

⁴ Data lingkungan III pasar sibuhuan Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas, 12/7 /2018 Jam 08.20 WIB.

3. Visi Dan Misi Pegadaian Syariah

a. 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.⁵

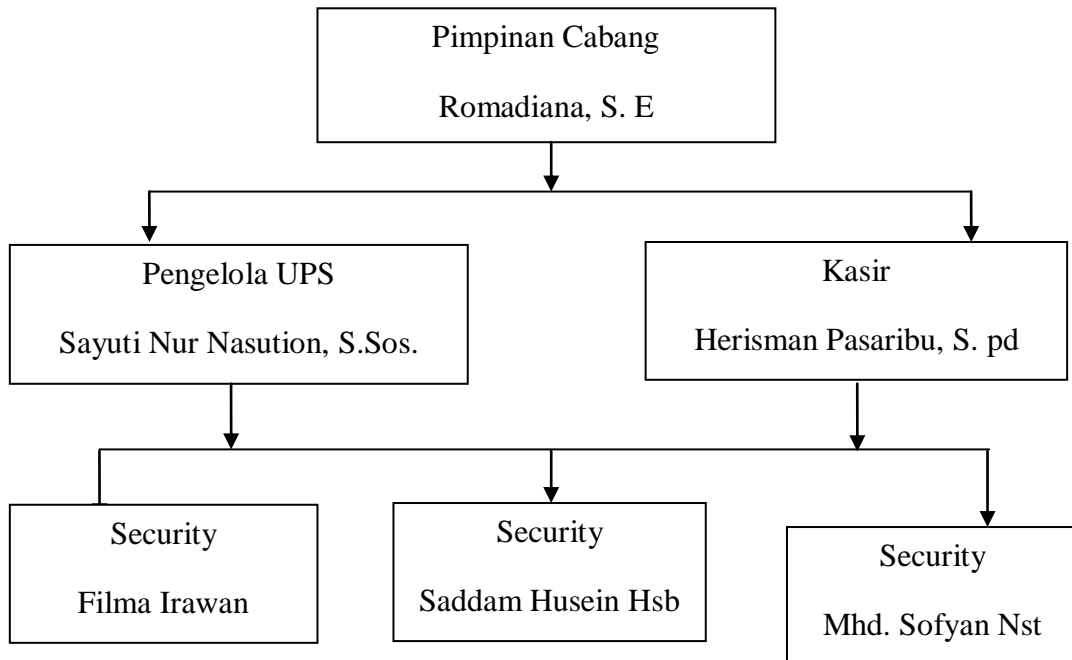
b. Misi

Dalam menjalankan kegiatannya pegadaian memiliki misi yang ingin dicapai yaitu :

- 1) Memberikan pembiayaan yang tercepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
- 2) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan di seluruh Pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
- 3) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.

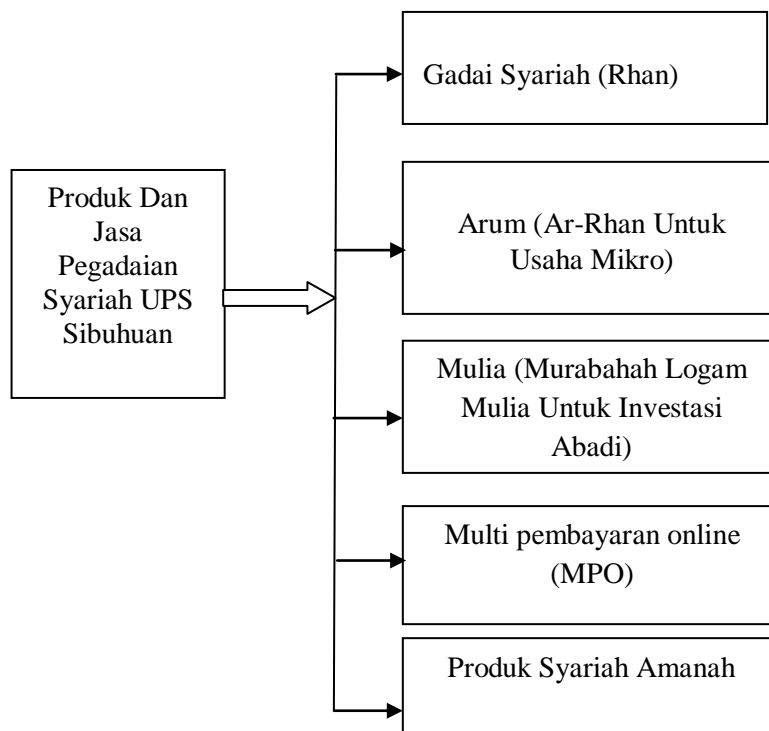
⁵ Romadiana, Pengelola Unit Pegadaian Syariah Sibuhuan , Wawancara di Pegadaian Syariah Sibuhuan , Kamis, 11 Oktober 2017

Gambar 4.1
STRUKTUR ORGANISASI PT. PEGADAIAN SYARIAH SIBUHUAN
CABANG UPS SIBUHUAN



4. Produk dan jasa Pegadaian Syariah UPS Sibuhuan

Gambar 4.2
Produk dan jasa Pegadaian Syariah UPS Sibuhuan



B. Identitas Responden

Penelitian ini berdasarkan karakteristik responden mencakup jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dan pengguna jasa gadai dan rentenir. Angket disebar pada 64 responden untuk melihat hasil dari jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan melalui kuesioner serta persentasinya. Selanjutnya responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Kelompok Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki-laki	35	54,6
2	Perempuan	29	45,3
	Total	64	100

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan, 2018*

Berdasarkan tabel diatas responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden dengan persentase 54,6%. Kemudian jenis kelamin perempuan berjumlah 29 responden dengan persentase 45,3%. Responden berdasarkan pendidikan diklasifikasikan menjadi 3 bagian yaitu SMP,SMA, dan Perguruan Tinggi. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Kelompok Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	SMP	20	31,25
2	SMA	28	43,75
3	Perguruan Tinggi	16	25
	Total	64	100

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan, 2018*

Berdasarkan tabel diatas responden dengan pendidikan SMA lebih banyak yaitu berjumlah 28 responden dengan persentase 31,25%. Kemudian pendidikan SMP berjumlah 20 responden dengan persentase 43,75%. Jumlah responden yang paling sedikit yaitu dari perguruan tinggi sebanyak 16 responden dengan persentase 25%. Responden berdasarkan pekerjaan diklasifikasikan menjadi 3 bagian yaitu petani, pedagang, dan PNS. Berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4
Kelompok Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	Petani	29	45,3
2	Pedagang	25	39,1
3	PNS	10	15,6
	Total	64	100

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan, 2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah yang bekerja sebagai petani dengan jumlah 29 responden dengan persentase 45,3%, kemudian dari pekerjaan pedagang sebanyak 25 responden dengan persentase 39,1%, selanjutnya dari pekerjaan PNS sebanyak 10 orang dengan persentase 15,6%, responden berdasarkan pendapatan. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5
Kelompok Responden berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Persentase(%)
1	RP. 300.000	19	29,6
2	RP. 500.000	15	23,4
3	RP. 1.000.000-RP. 2.000.000	18	28,1
4	RP. 5.000.000	12	18,7

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan ,2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 64 responden, angket dibagikan. hanya 19 responden yang berpendapatan RP.300.000 dengan persentase 29,6%. Pendapatan RP.500.000 sebanyak 15 responden dengan persentase 23,4%. RP. 1.000.000-2.000.000 sebanyak 18 responden dengan persentase 28,1%. Dan yang paling sedikit pendapatan RP.5.000.000 sebanyak 12 responden dengan persentase 18,7%. Responden berdasarkan sudah menggunakan jasa gadai dilihat dari berapa tahun dalam penggunaanya. Dalam hal ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu dalam waktu 1 tahun , 2 tahun, 3 tahun. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Kelompok Responden Pengguna Jasa Gadai Berdasarkan Tahun Penggunaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	1 Tahun	11	42,3
2	2 Tahun	7	26,9
3	3 Tahun	8	30,8
	Total	26	100

Sumber: *BPS Lingkungan III Pasar Sibuhuan ,2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 64 responden, angket dibagikan hanya 26 responden yang menggunakan jasa gadai. Dan sisanya sebanyak 38 responden menggunakan jasa rentenir. Pada tabel

hanya tercantumkan responden yang menggunakan jasa gadai dikarenakan bahwa memang sedikit masyarakat yang menggunakan jasa gadai.

C. Analisis Hasil Penelitian

Dalam Penelitian Ini Jumlah Kuesioner Yang digunakan Peneliti adalah 10 pernyataan dari masing-masing variabel. Sedangkan jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 64 responden, yang selanjutnya akan di uji dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 23.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikan 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df=64-2=62$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,246. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
1	0,949	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=62$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,246$	Valid
2	-0,043		Tidak Valid
3	0,928		Valid
4	0,927		Valid
5	0,977		Valid
6	0,940		Valid
7	0,972		Valid
8	0,753		Valid
9	0,795		Valid

10	0,757		Valid
----	-------	--	-------

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel faktor sosial dapat disimpulkan bahwa 9 item pertanyaan adalah valid, sedangkan 1 item Berdasarkan ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dimana r_{tabel} untuk $n= 62$ adalah 0,246. Berdasarkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Faktor pribadi (X₂)

Item Peryataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,658	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=62$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,246$	Valid
2	0,680		Valid
3	0,699		Valid
4	0,753		Valid
5	-0,195		Tidak Valid
6	0,672		Valid
7	0,670		Valid
8	-0,185		Tidak valid
9	0,420		Valid
10	0,534		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel faktor pribadi dapat disimpulkan bahwa 8 item pertanyaan adalah valid, sedangkan 2 item pertanyaan tidak valid. Berdasarkan ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dimana r_{tabel} untuk $n= 62$ adalah 0,246. Berdasarkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Faktor Promosi (X₃)

Item Peryataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,002	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Tidak Valid
2	0,694		Valid

3	0,747	r_{tabel} dengan $df=62$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}}=0,246$	Valid
4	0,189		Tidak Valid
5	0,745		Valid
6	0,653		Valid
7	0,669		Valid
8	0,716		Valid
9	0,613		Valid
10	0,548		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel faktor promosi dapat disimpulkan bahwa 8 item pertanyaan adalah valid, sedangkan 2 item pertanyaan tidak valid. Berdasarkan ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dimana r_{tabel} untuk $n=62$ adalah 0,246. Berdasarkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Minat (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,682	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=62$ Pada taraf signifikan 5% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}}=0,246$	Valid
2	0,688		Valid
3	0,217		Tidak Valid
4	0,661		Valid
5	0,585		Valid
6	0,379		Valid
7	0,598		Valid
8	0,483		Valid
9	0,645		Valid
10	0,556		Valid

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan hasil uji validitas variabel minat masyarakat dapat disimpulkan bahwa 9 item pertanyaan adalah valid, sedangkan 1 item pertanyaan tidak valid. Berdasarkan ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dimana r_{tabel} untuk $n=62$ adalah 0,246. Berdasarkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*.

2. Uji Realibilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > sehingga dapat dikatakan instrument mempunyai reliabilitas. Nilai reliabilitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Faktor Sosial	0,946	10
Faktor Pribadi	0,650	10
Faktor Promosi	0,768	10
Minat masyarakat	0,758	10

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel faktor sosial adalah $0,946 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor sosial (X_1) adalah reliabel. Selanjutnya *Cronbach's Alpha* untuk variabel faktor pribadi adalah $0,650 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor pribadi (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel faktor promosi adalah $0,768 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel faktor promosi (X_3) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel minat adalah $0,758 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat(Y) adalah reliabel.

D. Hasil analisis data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya nilai maksimum dan minimum,

rata-rata dan seberapa jauh data-data tersebut bervariasi dan lain sebagainya.

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

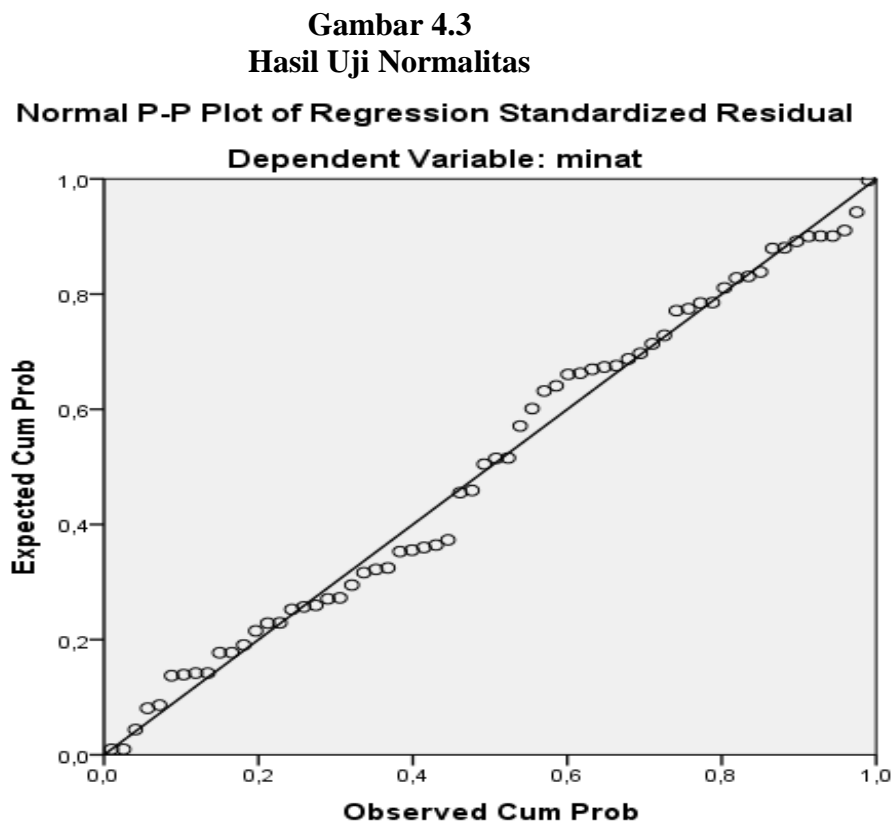
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosial	64	9	45	37.09	9.466
Pribadi	64	16	42	32.19	4.895
Promosi	64	10	38	24.78	5.827
Minat	64	13	45	28.03	5.657
Valid N (listwise)	64				

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel faktor sosial dengan jumlah data (N) sebanyak 64 keluarga mempunyai mean sebesar 37,09, nilai minimum 9, nilai maksimum 45 dan standar deviasi 9,466, sedangkan variabel faktor pribadi dengan jumlah data (N) sebanyak 64 keluarga mempunyai mean sebesar 32,19 , nilai minimum 16, nilai maksimum 42 dan standar deviasi 4,895, sedangkan variabel minat masyarakat dengan jumlah data (N) sebanyak 64 keluarga mempunyai mean sebesar 28.03 , nilai minimum 13, nilai maksimum 45 dan standar deviasi 5,657.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:



Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

3. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

a. Uji Multikolienaritas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolienaritas adalah jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai $\text{tolerance} > 0,1$) dan VIF kurang dari 10 (nilai $\text{VIF} < 10$). Hasil uji multikolienaritas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolienaritas

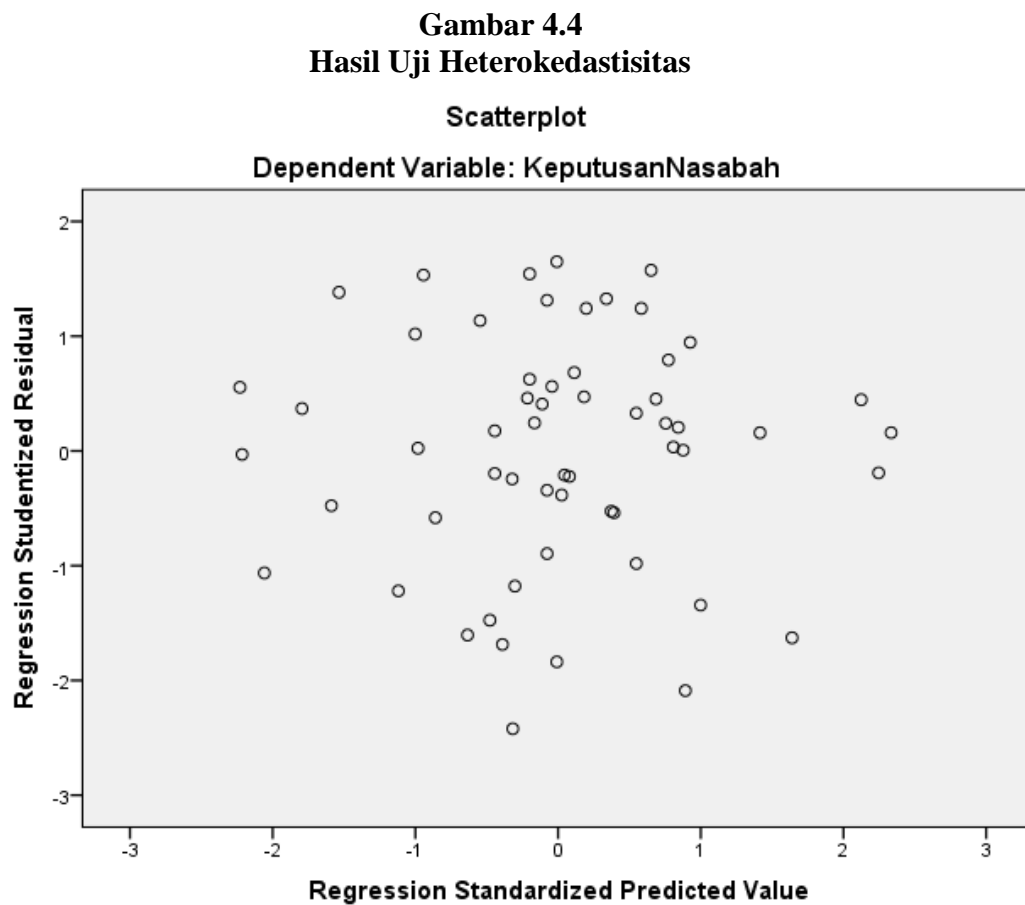
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,112	4,209		2,165	,034		
	Sosial	,025	,068	,041	,372	,711	,952	1,050
	Pribadi	,287	,125	,262	2,290	,026	,893	1,120
	Promosi	,384	,112	,396	3,438	,001	,880	1,137
Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018								

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel faktor sosial adalah $0,952 > 0,1$, Variabel faktor pribadi adalah $0,893 > 0,1$, variabel faktor promosi adalah $0,880 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan nilai tolerance dari ketiga variabel diatas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolienaritas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel faktor sosial adalah $1,050 < 10$, variabel faktor pribadi adalah $1,120 < 10$, variabel faktor promosi adalah $1,137 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas kurang dari 10 nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Dari gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu , maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi dan memenuhi syarat asumsi klasik.

4. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari faktor sosial (X_1), faktor pribadi (X_2), faktor promosi (X_3), terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian (Y). hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Analisis Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	9,112	4,209	
	Sosial	,025	,068	,041
	Pribadi	,287	,125	,262
	promosi	,384	,112	,396

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Mit} = \alpha + b_1 \text{ sos} + b_2 \text{ prib} + b_3 \text{ prom} + e$$

$$\text{Mit} = 9,112 + (0,025) \text{ sos} + 0,287 \text{ prib} + 0,384 \text{ prom} + 4,209$$

Keterangan:

Mit = Minat

α = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Linear Berganda

Sos = Sosial

Prib = Pribadi

Prom = Promosi

e = *Standard Error Tern*

- a. Konstanta 9,112, artinya bahwa faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi nilainya adalah 0, maka minat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah nilainya adalah 9,112.

- b. Koefisien regresi variabel faktor sosial (X_1) nilainya 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_1) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan turun sebesar dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terjadi hubungan negatif antara faktor sosial dengan minat menggunakan jasa pegadaian syariah.
- c. Koefisien regresi variabel faktor pribadi (X_2) nilainya 0,287. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_2) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan naik sebesar 28,7% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pribadi dengan minat menggunakan jasa pegadaian syariah.
- d. Koefisien regresi variabel faktor promosi (X_3) nilainya 0,384. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_3) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan naik sebesar 38,4% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor promosi dengan minat menggunakan jasa pegadaian syariah.

5. Hasil Analisis Korelasi Berganda (R)

Tabel 4.15
Hasil Analisis Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,549 ^a	,301	,266	4,846

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,549. Menunjukkan bahwa 26,6% variabel faktor sosial, faktor pribadi dan faktor promosi mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah sedangkan 73,4% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya jika nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Sedangkan arti harga R akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai R sebagai berikut.

Tabel 4.16
Interprestasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00- 0,1999	Sangat rendah
0,20- 0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80- 1,000	Sangat kuat

R dalam regresi linear berganda menunjukkan nilai kolerasi berganda, yaitu kolerasi antara dua atau lebih variabel dependen. Nilai R yang didapat 0,549, artinya kolerasi antara variabel faktor sosial, faktpr pribadi dan faktor promosi terhadap minat menggunakan jasa pegadaian syariah sebesar 0,549. Hal ini berarti terjadi hubungan yang sedang.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel

terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Tabel 4. 17
Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,906	4,582		1,725	,090
	Sosial	,029	,066	,049	,444	,659
	Pribadi	,295	,132	,255	2,229	,030
	Promosi	,385	,112	,397	3,454	,001
a. Dependent Variable: minat						

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\% = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df)=n-k-1, dimana n=jumlah sampel variabel independen, jadi df=64-3-1=60. Dengan signifikansi=0,05, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,000.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa variabel faktor sosial memiliki t_{hitung} sebesar 0,372 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (0,372<2,000) maka H_a diterima.

Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,711 sehingga nilai Sig, $> 0,05$ (0,711,>0,05) maka H_a ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat.

Pada variabel faktor pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 2,290 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,290 >2,000) maka H_a

diterima. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,026 sehingga nilai Sig. < 0,05(0,026,<0,05) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat.

Pada variabel faktor promosi memiliki t_{hitung} sebesar 3,438 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,438 >2,000) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,001 sehingga nilai Sig. < 0,05(0,001,<0,05) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat.

b. Uji Simultan (uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh sevara bersama-sama terhadap variabel terikat. ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	607,187	3	202,396	8,620	,000 ^b
	Residual	1408,750	60	23,479		
	Total	2015,938	63			

Sumber: Data diolah, SPSS 23 Thn 2018.

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 5\% = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df)= $n-k-1$, dimana n =jumlah sampel variabel independen, jadi $df=64-3-1=60$. Dengan signifikansi= $0,05$, maka diperoleh t_{tabel} sebesar 2,000.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa variabel faktor sosial memiliki t_{hitung} sebesar 0,372 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($0,372 < 2,000$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,711 sehingga nilai Sig, $> 0,05$ ($0,711, > 0,05$) maka H_a ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat..

Pada variabel faktor pribadi memiliki t_{hitung} sebesar 2,290 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($2,290 > 2,000$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,026 sehingga nilai Sig, $< 0,05$ ($0,026, < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat.

Pada variabel faktor promosi memiliki t_{hitung} sebesar 3,438 dan t_{tabel} sebesar 2,000 sehingga $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($3,438 > 2,000$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,001 sehingga nilai Sig, $< 0,05$ ($0,001, < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat.

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,05$ *regression* (df 1) adalah 3 dan *residual* (df 2) adalah 60 (berasal dari *total- regression*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,76 . dari hasil uji signifikansi simultan (uji f) diatas bahwa

nilai F_{hitung} sebesar 8,620 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,76 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8,620 > 2,76$) maka H_a diterima Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a dapat diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh faktor sosial, pribadi, promosi terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diketahui bahwa:

Hasil uji validitas untuk 40 item pernyataan dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} , dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (df)= $n-2$, atau $df=64-2=62$, adalah 0,246 Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ 34 butir pernyataan tersebut dikatakan valid dan 5 item pernyataan tidak valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari ketiga variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki Cronbach's alpha $> 0,60$ sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.

Hasil uji normalitas diketahui Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Hasil uji multikoleniaritas diketahui bahwa nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan nilai *Variance*

Inflation Factor $VIF < 10$, maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.

Persamaan analisi regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$\text{Mit} = \alpha + b_1 \text{ sos} + b_2 \text{ prib} + b_3 \text{ prom} + e$$

$$\text{Mit} = 9,112 + (0,025) \text{ sos} + 0,287 \text{ prib} + 0,384 \text{ prom} + 4,209$$

- a. Konstanta 9,112, artinya bahwa faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi nilainya adalah 0, maka minat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah nilainya adalah 9,112.
- b. Koefisien regresi variabel faktor sosial (X_1) nilainya 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_1) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan turun sebesar dengan asumsi bahwa variabel independen lainainya tetap. Koefisien negative
- c. Koefisien regresi variabel faktor pribadi (X_2) nilainya 0,287. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_2) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan naik sebesar 28,7% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor pribadi dengan minat menggunakan jasa pegadaian syariah.

- d. Koefisien regresi variabel faktor promosi (X_3) nilainya 0,384. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan faktor sosial (X_3) sebesar 1 satuan, maka minat menggunakan jasa pegadaian syariah (Y) akan naik sebesar 38,4% dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara faktor promosi dengan minat menggunakan jasa pegadaian syariah.

Hasil uji koefisien determinasi faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi mampu mempengaruhi minat masyarakat sebesar 26,6% sedangkan sisanya 73,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Bahwa secara parsial faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($0,372 < 2,000$) maka H_a ditolak. Selanjutnya, pada nilai sig. sebesar 0,711 sehingga nilai Sig. $> \alpha$ ($0,711, > 0,05$). Hasil ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Supriyono dalam jurnal yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret, bahwa faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari Nurul Amaliah, Skripsi dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan e- banking di kecamatan padangsidiempuan. mengatakan bahwa Hasil penelitian faktor sosial tidak berpengaruh terhadap nasabah menggunakan *e-banking* di kecamatan padangsidiempuan.

Secara parsial variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,290 > 2,000) . dan nilai Sig, $< \alpha$ (0,026, < 0,05). Hasil ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Abdul Ghoni Tri Bodroastuti Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Jurnal. Bahwa Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari Nurul Amaliah, Skripsi “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Sipirok Menjadi Nasabah Pada Unit Pehadaian Syariah Sipirok” mengatakan bahwa Hasil penelitian faktor pribadi, berpengaruh terhadap nasabah menggunakan *e-banking* dikecamatan padangsidempuan.

Secara parsial variabel faktor promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,438 > 2,000) dan nilai Sig, $< \alpha$ (0,001, < 0,05). Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Muhammad Isa Manajemen Pemasaran Bank Diktat. Bahwa Promosi merupakan cara untuk memberitahukan kepada masyarakat, artinya keputusan terakhir setiap lembaga keuangan harus mempromosikan produk seluas mungkin kepada calon nasabah Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari Riska Rambe Su, Skripsi “Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Unit Pegadaian Syariah Sadabuan” mengatakan

bahwa Hasil penelitian menunjukkan, periklanan dan *personal selling* memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap minat nasabah.

Secara simultan variabel faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dengan $F_{hitung} > F_{tabel} (8,620 > 2,76)$ dan nilai Sig. $< 0,05 (0,000 < 0,05)$.

F. Keterbatasan Penulisan

Pelaksanaan penelitian ini disusun dengan langkah- langkah yang sedemikian rupa agar hasil yang didapat memuaskan. Namun, pada hakikatnya untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit. Sebab, selama penelitian ini dibuat banyak sekali keterbatasan yang peneliti hadapi. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melakukan penelitian ini, adalah:

1. Keterbatasan wawasan peneliti.
2. Keterbatasan tenaga, waktu dan dana peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
3. Keterbatasan kemampuan peneliti dalam mengontrol nasabah yang hendak diberikan angket karena sebagian dari masyarakat enggan untuk mengisi angket yang telah disediakan sehingga memberikan kesulitan untuk peneliti dalam mendapatkan hasil. Walaupun demikian, penulis penelitian ini. Dengan kerja keras dan bantuan semua pihak akhirnya penelitian ini dapat terselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian peneliti , maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. secara parsial faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah dikabupaten padang lawas dilihat dari besar $t_{hitung} 0,372 < t_{tabel} 2,000$) dan nilai Signifikan $0,711 > Sig. 0,05$.
2. secara parsial faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah dikabupaten padang lawas dilihat dari besar $t_{hitung} 2,290 > t_{tabel} 2,000$) dan nilai Signifikan, $0,026 < Sig. 0,05$.
3. secara parsial faktor pomosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat lingkungan III pasar sibuhuan untuk menggunakan jasa pegadaian syariah dikabupaten padang lawas dilihat dari besar $t_{hitung} 3,438 > t_{tabel} 2,000$) dan nilai Signifikan, $0,001 < Sig. 0,05$.
4. Secara simultan (bersama-sama) faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menggunakan jasa pegadaian syariah di kabupaten padang lawas dilihat dari besar dengan $f_{hitung} 8,620 > f_{tabel} 2,76$ dan nilai Signifikan $0,000 < Sig. 0,05$.

B. SARAN

a. Bagi pihak kampus

Semoga hasil penelitian ini dapat menjadi penambahan referensi pengetahuan yang bermanfaat dan dapat menjadi salah satu acuan atau dasar untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini dirancang sedemikian rupa dengan bahasa yang mudah dipahami agar dapat dibaca oleh orang awam. Hasil dari penelitian diharapkan dapat menjadi gambaran dan penambahan lembaga keuangan yang berbasis syariah, seperti jasa pegadaian syariah. Karena jika hanya lembaga keuangan saja yang bekerja tanpa adanya dukungan dari pihak masyarakat, perekonomian yang islami itu akan sulit terwujud. Peneliti juga berharap agar kita sebagai mahasiswa yang sudah memiliki wawasan yang lebih luas agar kiranya kita menganjurkan setiap anggota keluarga untuk menggunakan lembaga keuangan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoni Tri Bodroastuti, "Pengaruh Faktor Budaya Sosial dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen," *Dalam Jurnal*, No.32&36 Semarang 50242.
- Abdul Rahman Saleh Dan Muhib Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam* Jakarta: Kencana,2004.
- Agus Sujanto,*Psikologi Umum*,(Jakarta:Gunung Jati ,1995.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI*, Jakarta:Rajawali Pers,2014.
- Andi Supangat, *Statistika* Jakarta: Kencana, 2007.
- Asmadi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Asy-Syaikh Muhammad' Ali As-Sayis, *Tafsir Ayat Al-Ahkam*.
- Buku Induk Kependudukan Lingkungan III pasar Sibuhuan Daftar Keluarga.
- Burhanuddin S, *aspek hukum lembaga keuangan syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu,2010.
- Duwi Priyatno, *Spss 22 Pengolah Data Terpraktis* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- , *Mandiri Belajar Spss* Yogyakarta: Media Kom, 2008.
- Juliansyah Noor, *Metodelogi Penelitian* Jakarta: Kencana Preneda Media Group,2011.
- Kasmir, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT. Raja Grafindo persada, 2007.
- , *pemasaran bank*, Jakarta: Kencana Perenada Media Group,2010.
- Kementrian Agama RI, *Al-Quran Tajwid & Terjemahan* Bandung:PT. Sigma Examedia Arkanleema,2007.
- Ktut Silvanita Mangani, *Bank Dan Lembaga Keuangan Lain*, PT.Gelora Aksara Pratama,2009.

- M.dalyono, *psikologi pendidikan* Jakarta: rineka cipta 2012.
- Mudjarad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* Jakarta: Erlangga, 2009.
- Muhammad Isa, *Manajemen Pemasaran Bank Diktat*: IAIN Padangsidempuan 2014.
- Muhammad Syafi'i Antoni, *bank syariah dan teori ke praktek* Jakarta:Gema Insani Press,2001.
- Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi* Jakarta: Raja Grafindo Persada,2005.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Jakarta:Kencana,2010.
- Nurasnawi Masyhuri, *Metodo Logiriset Manajemen Pemasaran*, Malang:UIN-Maliki Press, 2011.
- Nurul Huda dan Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Philip Kotler dan Kevin lane keller, *manajemen pemasaran new jersey*: PT indeks, 2007.
- _____ , *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* Jakarta; Selemba Empat,2000.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam P3EI* ,Jakarta:Rajawali Pers,2014.
- Rennisa anggraeni, "hubungan persepsi perhatian orang tua dan kedisiplinan belajar terhadap prestasi belajar siswa kelas X IPS SMA negeri," dalam jurnal, volume 6, No 2, 2015.
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations & Komunikasi* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2008.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* Yogyakarta: Andi, 2010.
- Singarimbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* Jakarta: Lp3es, 1989.
- Sofiah Ramdhani, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* Surabaya: Karya Agung.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R & DB* Bandung: Alfabeta, 2010.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

_____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta, 2002.

Supriyono, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Individu Psikologi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Di Indomaret," *Dalam Jurnal*, Volume 2, No.3, September 2015.

Syahyono, " Analisis Pengaruh Situasi Kerja, Kepuasan Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja," *Dalam Jurnal AKP*, Volume 6, No 2, Agustus 2016.

Wawancara dengan Kepala Lingkungan III Pasar Sibuhuan , yaitu Bapak Ismail Marjuki Nasution, Selasa/9/01/2018.

Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Lili Arjuna Caniago, Senin/7/01/2018.

Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Nurbintang Hasibuan, Senin/8/01/2018.

Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan, yaitu Ibu Susilawati Hasibuan, Minggu /7/01/2018.

Wawancara dengan Salah Satu Warga Lingkungan III Pasar Sibuhuan,yaitu Ibu Masnidawati Nasution, Minggu/7/01/2018.

Zainuddin ali, *hukum gadai syariah*, Jakarta,2002.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Mahasiswa

Nama : ELISNA SALEHA NASUTION
Nim : 14 401 00091
Fakultas/Jurusan : FEBI/PERBANKAN SYARIAH
Tempat/Tanggal Lahir : BULUSONIK/ 02 September 1995
Alamat : Bulusonik Kec. Barumun , Kab. Padang Lawas
Telepon/No.HP : 0821 6784 9584

2. Nama Orang Tua

Ayah : MANAHAN NASUTION
Ibu : SUSILAWATI HASIBUAN
Alamat : Bulusonik Kec. Barumun , Kab. Padang Lawas

Pendidikan

Tahun 2002-2008 : SD Negeri 100920 Bulusonik
Tahun 2008-2011 : SMP Negeri 1 Barumun
Tahun 2011-2014 : SMA Negeri 1 Barumun
Tahun 2013-2018 : Program Sarjana (S-1) Perbankn Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Lampiran 4

Hasil Uji reliabilitas faktor sosial (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,963	10

Hasil uji reliabilitas Pribadi (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	10

Hasil uji reliabilitas promosi (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	10

Hasil uji reliabilitas minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,758	10

Lampiran 5

Hasil uji analisis deskriptif

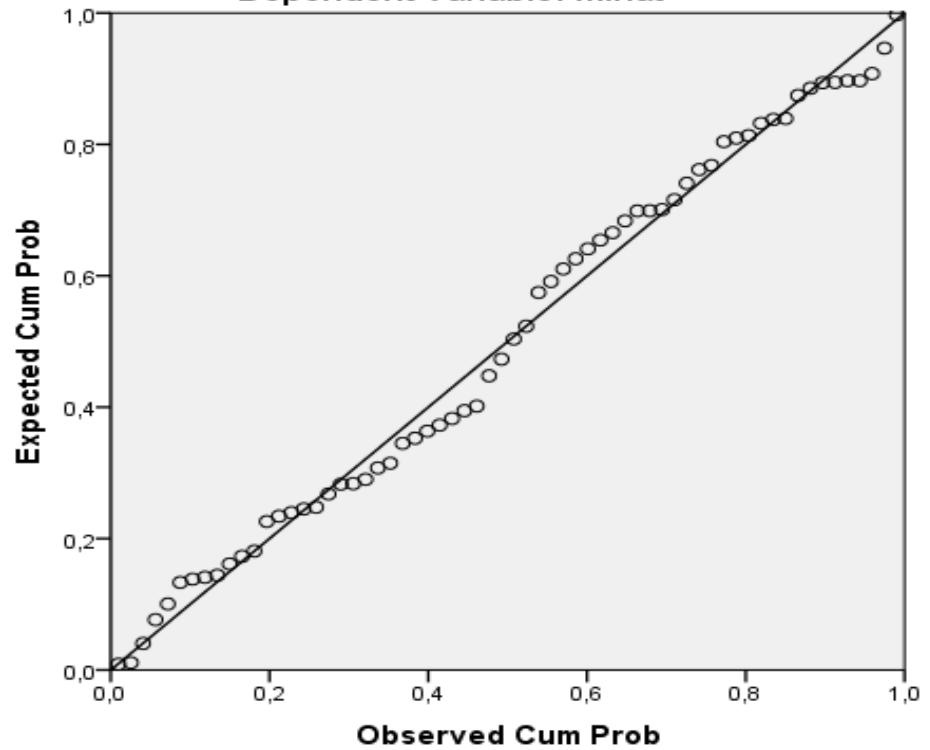
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sosial	64	9	45	37.09	9.466
Pribadi	64	16	42	32.19	4.895
Promosi	64	10	38	24.78	5.827
Minat	64	13	45	28.03	5.657
Valid N (listwise)	64				

Lampiran 6

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: minat



Lampiran 7

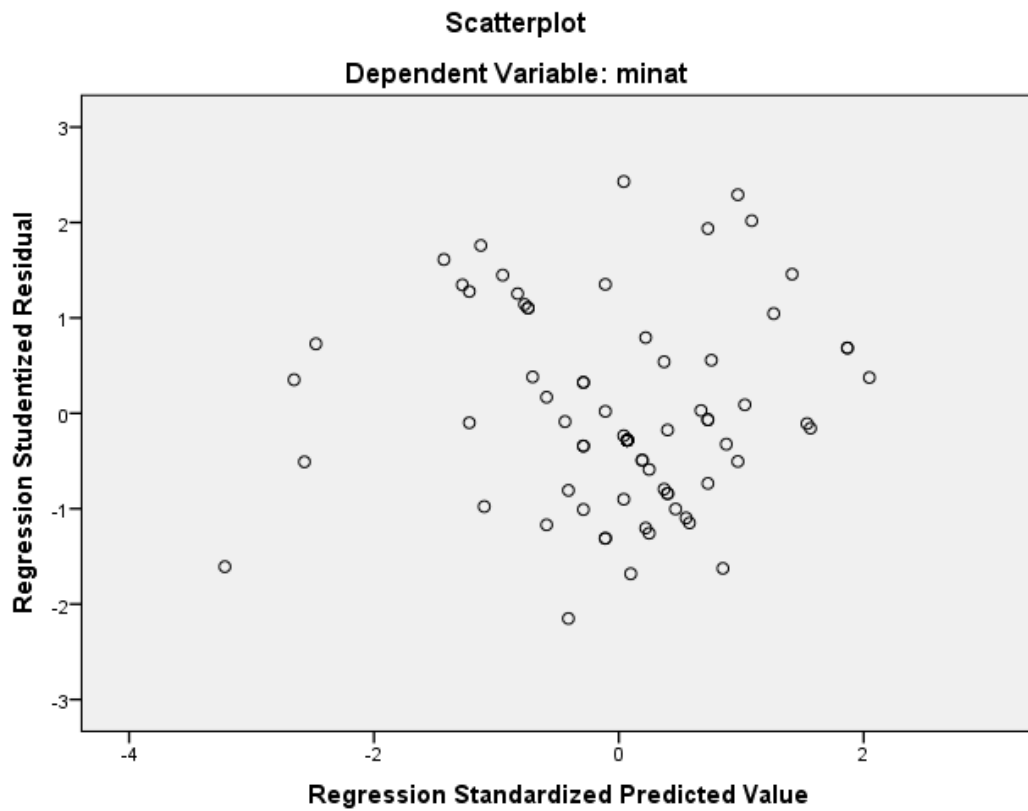
Hasil Uji Multikolenaritas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,906	4,582		1,725	,090		
	Sosial	,029	,066	,049	,444	,659	,952	1,050
	Pribadi	,295	,132	,255	2,229	,030	,892	1,122

	promosi	,385	,112	,397	3,454	,001	,884	1,132
a. Dependent Variable: minat								

Lampiran 8

Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 9

Hasil uji koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,547 ^a	,300	,265	4,851
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), promosi, sosial, pribadi

b. Dependent Variable: minat

Lampiran 10

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Dan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,906	4,582		1,725	,090
	Sosial	,029	,066	,049	,444	,659
	Pribadi	,295	,132	,255	2,229	,030
	Promosi	,385	,112	,397	3,454	,001
a. Dependent Variable: minat						

Lampiran 11

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	603,854	3	201,285	8,553	,000 ^b
	Residual	1412,083	60	23,535		
	Total	2015,938	63			
a. Dependent Variable: minat						
b. Predictors: (Constant), promosi, sosial, pribadi						

Lampiran 12





Lampiran 15

DAFTAR TABEL F

Df2	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161	199	216	225	230	234	237	239
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24

33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09

Lampiran 14

DAFTAR t TABEL

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678

25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171

61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253

Lampiran 13

DAFTAR r TABEL

n-2	t tabel	r tabel
Df	0,025	0,025
1	12.70620	0,9969
2	4.30265	0,9500
3	3.18245	0,8783
4	2.77645	0,8114
5	2.57058	0,7545
6	2.44691	0,7067
7	2.36462	0,6664
8	2.30600	0,6319
9	2.26216	0,6021
10	2.22814	0,5760
11	2.20099	0,5529
12	2.17881	0,5324
13	2.16037	0,5140
14	2.14479	0,4973
15	2.13145	0,4821
16	2.11991	0,4683
17	2.10982	0,4555
18	2.10092	0,4438
19	2.09302	0,4329
20	2.08596	0,4227

21	2.07961	0,4132
22	2.07387	0,4044
23	2.06866	0,3961
24	2.06390	0,3882
25	2.05954	0,3809
26	2.05553	0,3739
27	2.05183	0,3673
28	2.04841	0,3610
29	2.04523	0,3550
30	2.04227	0,3494
31	2.03951	0,3440
32	2.03693	0,3388
33	2.03452	0,3338
34	2.03224	0,3291
35	2.03011	0,3246
36	2.02809	0,3202
37	2.02619	0,3160
38	2.02439	0,3120
39	2.02269	0,3081
40	2.02108	0,3044
41	2.01954	0,3008
42	2.01808	0,2973
43	2.01669	0,2940
44	2.01537	0,2907
45	2.01410	0,2876
46	2.01290	0,2845
47	2.01174	0,2816
48	2.01063	0,2787
49	2.00958	0,2759
50	2.00856	0,2732
51	2.00758	0,2706
52	2.00665	0,2681
53	2.00575	0,2656
54	2.00488	0,2632
55	2.00404	0,2609
56	2.00324	0,2586
57	2.00247	0,2564
58	2.00172	0,2542
59	2.00100	0,2521
60	2.00030	0,2500
61	1.99962	0,2480

62	1.99897	0,2461
63	1.99834	0,2441
64	1.99773	0,2423



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERIPADANGSIDIMPUAN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
 Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

B-105/In.14/G.5a/PP.00.9/03/2018

29 Maret 2018

Permohonan Kesediaan
 Menjadi Pembimbing Skripsi

Bapak/Ibu:
 Snani Siregar, M.Ag
 S. E. I., M. Sy

Assalamu'alaikum Wr.Wb
 Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian
 Judul Skripsi, telah ditetapkan Judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

- : Elisna Saleha Nasution
- : 14 401 00091
- : Perbankan Syariah-3
- : Ekonomi dan Bisnis Islam
- Skripsi Lama : **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN III KELURAHAN PASAR SIBUHUAN KECAMATAN BARUMUN KABUPATEN PADANGLAWAS UNTUK MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH**
- Skripsi Baru : **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PRIBADI, PROMOSI TERHADAP MINAT MASYARAKAT LINGKUNGAN III PASAR SIBUHUAN UNTUK MENGGUNAKAN JASA PEGADAIAN SYARIAH**

Sehingga kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi pembimbing I dan pembimbing II penelitian
 skripsi mahasiswa yang dimaksud.

Apabila kesediaan disampaikan, atas kesediaan dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

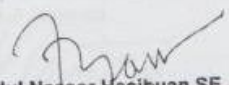
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:




H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
 NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan


 Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M. Si
 NIP. 19790525 200604 1 004

Pernyataan Kesiediaan Sebagai Pembimbing

Bersedia / Tidak Bersedia
 Pembimbing I


 Snani Siregar, M.Ag
 NIP. 19740626 200312 2 001

Bersedia / Tidak Bersedia
 Pembimbing II


 Fady, S.E.I., M.Sy

PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS
KECAMATAN BARUMUN
LINGKUNGAN III KELURAHAN PASAR SIBUHAN
Alamat : Jl. Surapati Lingk. III Pasar Sibuhuan Kec. Barumun, Kode Pos 22763

SURAT IZIN RISET

Nomor : 52/3/KL/2018

di lingkungan III Kelurahan Pasar Sibuhuan, setelah membaca surat dari Rektor Institut Agama Negeri Padangsidimpuan penerbitan surat izin riset.

Surat ini memberikan izin penelitian kepada saudara:

Nama : ELISNA SALEHA NASUTION
No. : 1440100091
Bidang : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Perbankan Syariah

untuk melakukan penelitian/pengumpulan data di lingkungan III pasar sibuhuan Kecamatan barumun Kabupaten Padang Lawas untuk bahan skripsi dengan judul "**Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Emosi Terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah**".

Dengan surat izin ini diberikan, agar digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang bersangkutan diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kegiatan riset ini, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Kepala Lingkungan III, 1 Mei 2018
Kelurahan pasar sibuhuan
Kecamatan barumun



EMAD NAJIB HASIBUAN



**PEMERINTAH KABUPATEN PADANG LAWAS
KECAMATAN BARUMUN
LINGKUNGAN III KELURAHAN PASAR
SIBUHAN**

Alamat : Jl. Surapati Lingkungan III Pasar Sibuhan Kecamatan Barumun, Kode Pos : 22763

Sibuhan, 10 Mei 2018
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam/PS
di-
Padangsidimpuan

Surat : 470/131/LK/III kaB
: Biasa
: Surat Keterangan Telah
Melaksanakan Penelitian

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padang Sidimpuan tanggal 30 April 2018 tentang Mohon Bantuan Informasi Penyelesaian Skripsi dengan judul "Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap minat Masyarakat Lingkungan III Kelurahan Pasar Sibuhan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah". Atas nama :

Nama : Elisna Saleha Nasution
NIM : 14 401 00091
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam Perbankan Syariah
Alamat : Desa Bulusonik Kecamatan Barumun
Kabupaten Padang Lawas

Bahwa nama tersebut di atas benar telah melakukan Penelitian di Lingkungan III Kelurahan Pasar Sibuhan.

Demikian Surat Keterangan ini diperbuat kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Kepala Lingkungan III
Kelurahan Pasar Sibuhan
Kecamatan Barumun



A. H. NAJIB HASIBUAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.

Yth:

Bapak/Ibu/Sdr/i

1. Dengan segala kerendahan hati, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/ Sdr/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada. Kuesioner dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang ilmu perbankan syariah, dengan judul, " Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, Promosi terhadap Minat Masyarakat Lingkungan III Pasar Sibuhuan untuk Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah".
2. Untuk mencapai maksud tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
3. Atas kesediaan Bapak/Ibi/Sdr/i meluangkan waktu membantu saya mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Padangsidempuan, 24 April 2018
penulis



Elisna saleha nasution
14 401 000091