

**PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH
(Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

SALMA MIFTAHUL JANNAH

NIM : 1808203084



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1443 H / 2022 M

**PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN,
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH
(Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

SALMA MIFTAHUL JANNAH

NIM : 1808203084



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1443 H / 2022 M

ABSTRAK

SALMA MIFTAHUL JANNAH. 1808203084. “PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH (Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)”, 2022.

Perkembangan pegadaian syariah di Indonesia kini semakin pesat, salah satunya yaitu jasa gadai syariah. Hal tersebut membuktikan bahwa pegadaian syariah tetap hadir sebagai solusi bagi masyarakat yang perekonomiannya sedang mengalami kesulitan di tengah pandemi Covid-19. Oleh karena itu, reputasi harus dikembangkan dari waktu ke waktu dan hendaknya diiringi dengan peningkatan kualitas layanan yang baik dan promosi yang dilakukan, sehingga dapat menciptakan minat nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara parsial maupun secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah pada nasabah pegadaian syariah unit awirarangan kuningan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* dan diambil 95 sampel dari total populasi 1.802. Data primer diolah dengan menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel reputasi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,345 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,021 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah. Variabel kualitas layanan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,341 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah. Variabel promosi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,520 > 1,986$ dan nilai signifikansi yang dihasilkan $0,013 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah. Variabel reputasi, kualitas layanan, dan promosi memiliki nilai $f_{hitung} = 82,274 > f_{tabel} = 2,70$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel reputasi, kualitas layanan, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan jasa gadai syariah.

Kata Kunci: Reputasi, Kualitas Layanan, Promosi, dan Minat Nasabah

ABSTRACT

SALMA MIFTAHUL JANNAH. 1808203084. "INFLUENCE OF REPUTATION, QUALITY OF SERVICE, AND PROMOTION ON CUSTOMER INTEREST IN USING SHARIA PAYMENT SERVICES (Survey on Sharia Pawnshop Customers of Awirarangan Kuningan Unit)", 2022.

The development of sharia pawnshops in Indonesia is now increasingly rapid, one of which is sharia pawn services. This proves that sharia pawnshops are still present as a solution for people whose economy is experiencing difficulties in the midst of the Covid-19 pandemic. Therefore, reputation must be developed from time to time and should be accompanied by improvements in the quality of good services and promotions carried out, so as to create customer interest.

This research aims to find out the influence of reputation, quality of service, and promotion partially and simultaneously on customer interest using sharia pawn services on sharia pawnshop customers of brass units. This research uses a quantitative research approach with this type of survey research. Sampling was conducted by probability sampling method and taken 95 samples from a total population of 1,802. Primary data is processed using SPSS 26.

The results showed that the reputation variable had a value of $t_{count} > t_{table}$ that was $2,345 > 1,986$ and the resulting significance value was $0.021 < 0.05$. This shows that the reputation variable partially has a positive and significant influence on customer interest in using sharia pawn services. The service quality variable has a value of $t_{count} > t_{table}$ which is $5.341 > 1.986$ and the resulting significance value is $0.000 < 0.05$. This shows that the service quality variable partially has a positive and significant influence on customer interest in using sharia pawn services. The promotion variable has a value of $t_{count} > t_{table}$ which is $2,520 > 1,986$ and the resulting significance value is $0.013 < 0.05$. This shows that the promotion variable partially has a positive and significant influence on customer interest in using sharia pawn services. Reputation, service quality, and promotion variables have a value of $f_{count} = 82.274 > f_{table} = 2.70$ with a significance level of $0.000 < 0.05$. This shows that the variables of reputation, service quality, and promotion together have a positive and significant influence on customer interest in using sharia pawn services.

Keywords: Reputation, Service Quality, Promotion, and Customer Interest

الملخص

سلم مفتاح الجنة. 1808203084. " تأثير السمعة وجودة الخدمة والترويج على مصالح العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعية (مسح حول عملاء متجر الرهن الشرعي لوحدرة أويرارانجان كونيجان) "، 2022.

إن تطوير محلات الرهن الشرعية في إندونيسيا أصبح الآن سريعا بشكل متزايد ، وأحدها خدمات البيدق الشرعية. وهذا يثبت أن محلات الرهن الشرعية لا تزال موجودة كحل للأشخاص الذين تواجه اقتصاداتهم صعوبات في خضم وباء كوفيد-19. لذلك، يجب تطوير السمعة من وقت لآخر، وينبغي أن تكون مصحوبة بتحسينات في جودة الخدمة الجيدة والعروض الترويجية التي تتم، وذلك لخلق اهتمام العملاء.

يهدف هذا البحث إلى معرفة تأثير السمعة وجودة الخدمة والترويج جزئيا وفي وقت واحد على مصلحة العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعي على عملاء الرهن الشرعي لوحدرة أويرارانجان كونيجان. يستخدم هذا البحث نهج البحث الكمي مع هذا النوع من البحوث المسحية. تم أخذ العينات بطريقة أخذ العينات الاحتمالية وأخذ 95 عينة من إجمالي عدد السكان البالغ 1,802. تتم معالجة البيانات الأولية باستخدام SPSS 26.

وأظهرت النتائج أن متغيرات السمعة لها قيمة $t_{hitung} > t_{tabel}$ إنه $2,345 > 1,986$ والقيمة الكبيرة الناتجة $0,021 < 0,05$. وهذا يدل على أن متغيرات السمعة لها تأثير إيجابي وكبير على اهتمام العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعية. متغيرات جودة الخدمة لها قيمة $t_{hitung} > t_{tabel}$ إنه $5,341 > 1,986$ والقيمة الكبيرة الناتجة $0,000 < 0,05$. وهذا يدل على أن متغير جودة الخدمة له تأثير إيجابي وكبير على اهتمام العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعية. متغير الترقية له قيمة $t_{hitung} > t_{tabel}$ إنه $2,520 > 1,986$ والقيمة الكبيرة الناتجة $0,013 < 0,05$. وهذا يدل على أن متغير الترويج له تأثير إيجابي وكبير على اهتمام العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعية. متغيرات السمعة وجودة الخدمة والعروض الترويجية لها قيمة $t_{hitung} = 82,274 > t_{tabel} = 2,70$ والقيمة الكبيرة الناتجة $0,000 < 0,05$. وهذا يدل على أن متغيرات السمعة وجودة الخدمة والترويج معا لها تأثير إيجابي وكبير على مصالح العملاء باستخدام خدمات البيدق الشرعية.

الكلمات الرئيسية: السمعة، جودة الخدمة، الترويج، واهتمام العملاء



PERSETUJUAN

**PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT NASABAH
MENGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH
(Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

Salma Miftahul Jannah

NIM : 1808203084

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. H. Robbani, MM., M.Ag

NIP. 19620314 198412 1 001

Dr. Abdul Aziz, M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760912 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon

di

Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudari **Salma Miftahul Jannah, NIM: 1808203084** dengan judul **"PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH (Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)."** Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, Februari 2022

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. H. Robbani, MM., M.Ag

NIP. 19620314 198412 1 001

Dr. Abdul Aziz, M.Ag

NIP. 19730526 200501 1 004

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH (Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)”, oleh Salma Miftahul Jannah, NIM: 1808203084, telah diajukan dalam sidang munaqosah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada hari Senin, 14 Maret 2022

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 14 Maret 2022


Sidang Munaqosah

Ketua Sidang,

* Eef Saefulloh, M.Ag
NIP. 19750312 200312 1 003

Sekretaris Sidang,

Nur Eka Setiowati, M.Si
NIP. 19810308 200604 2 001

Penguji I,

Prof. Dr. H. Abdus Salam DZ, MM
NIP. 19540311 198203 1 003

Penguji II,

Abdul Fatahi, M.Hum
NIP. 19790114 201411 1 001

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **Salma Miftahul Jannah**

NIM : **1808203084**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH REPUTASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN JASA GADAI SYARIAH (Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)”**, ini beserta isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, Februari 2022

Saya yang menyatakan,



SALMA MIFTAHUL JANNAH

NIM. 1808203084

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Salma Miftahul Jannah, dilahirkan di Kuningan pada tanggal 21 Juni 2000. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Taohid Hidayat dan Ibu Kartini, dengan berjenis kelamin perempuan.

Penulis bertempat tinggal di Dusun Pahing RT03/RW01 Desa Nanggerang Kecamatan Jalaksana Kabupaten Kuningan.

Penulis menyelesaikan pendidikan formal, yaitu:

1. Tahun 2005-2006 di TK Mawar VII Desa Nanggerang, Kuningan.
2. Tahun 2006-2012 di Sekolah Dasar Negeri Nanggerang, Kuningan.
3. Tahun 2012-2015 di SMP Negeri 1 Jalaksana, Kuningan.
4. Tahun 2015-2018 di SMA Islam 'Ainurrafiq, Kuningan.
5. Tahun 2018-2022 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Jurusan Perbankan Syariah.

Dengan demikian riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Be your self..

“Jangan merasa tertinggal oleh orang lain, karena kita punya waktu tepatnya masing-masing”

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, beserta keluarganya yang telah menuntun umatnya menempuh jalan yang ridho dan diridhoi Allah SWT.

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada bapak dan mamahku, Bapak Taohid Hidayat dan Ibu Kartini yang senantiasa mencurahkan cinta kasihnya kepadaku, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku, selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik, selalu memberikan dorongan dan motivasi yang tiada henti, dan rela berkorban harta, jiwa, dan raganya untukku. Terima kasih karena selalu ada untukku. Terimakasih juga kepada adikku, Ishmah Mutiara Tanisa yang selalu menjadi penyemangat hidupku.

Untuk yang teramat kuhormati, Bapak Drs. H. Robbani, MM., M.Ag dan Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi saya, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran sehingga dapat terwujudnya skripsi ini. Terima kasih banyak Bapak sekalian sudah membantu saya selama ini, sudah dinasehati, sudah diajari, dan mengarahkan saya sampai skripsi ini selesai.

Sahabat-sahabat terbaikku Naya, Vinga, Inggi, Annisa, Mey, Ayu, Teh Leny, Jihan, Erni terimakasih karena selalu memberikan motivasi, nasihat, dukungan moral serta material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan kawan-kawan PS C angkatan 2018 lainnya. Terimakasih telah menjadi sisi paling menyenangkan dalam hidupku.

Terimakasih pula kepada pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian di pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan. Semoga skripsi ini bisa menginspirasi dan berguna untuk pengembangan pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan.

Tanpa mereka, karya ini tidak akan pernah tercipta.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT, Dzat yang Maha Pengasih, lagi Maha Penyayang yang telah memberikan kekuatan-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Reputasi, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Syariah (Survei pada Nasabah Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan)” dengan semangat, doa dan perjuangan.

Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan hingga zaman terang benderang, juga kepada para keluarga, para sahabat, dan pengikutnya sampai akhir zaman. Semoga kita termasuk dalam umatnya yang dikaruniai syafaat di akhir zaman nanti.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, doa dan dukungan dari berbagai pihak mulai dari perencanaan sampai pada penyusunan. Atas bimbingan, perhatian, dan bantuannya dalam membuat skripsi ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Aan Jaelani, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon beserta jajarannya.
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Drs. H. Robbani, MM., M.Ag selaku dosen pembimbing I, dan Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Ag selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan petunjuk dan pengarahan kepada penulis dalam rangka penyelesaian skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon yang dengan ikhlas mendidik, membimbing, dan memberikan ilmunya selama perkuliahan.
6. Seluruh staf Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon, terimakasih telah membantu kami dan memberikan pelayanan yang baik.
7. Seluruh jajaran staf pengelola perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
8. Bapak Bayu Sindu, Bapak Bambang Yudianto dan semua staf pegadaian syariah unit Awirarangan Kuningan yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Keluarga dan saudara-saudara, dan sahabat-sahabatku yang turut mendukung dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman Perbankan Syariah, khususnya angkatan 2018. Terimakasih telah memberikan semangat dan telah bekerja sama membangun semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Walapun penyusunan skripsi ini telah selesai, namun masukan dan saran dari semua pihak senantiasa peneliti harapkan. Peneliti menyadari bahwa karya ini masih jauh dari kata sempurna. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Cirebon, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
G. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Reputasi	8
a. Pengertian Reputasi	8
b. Risiko Reputasi	9

c.	Dimensi dan Indikator Reputasi	9
2.	Kualitas Layanan	10
a.	Pengertian Kualitas Layanan	10
b.	Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam	12
c.	Dimensi dan Indikator Kualitas Layanan	13
3.	Promosi	14
a.	Pengertian Promosi	14
b.	Tujuan Promosi	16
c.	Promosi dalam Perspektif Islam	16
d.	Dimensi dan Indikator Promosi	17
4.	Minat Nasabah	19
a.	Pengertian Minat Nasabah	19
b.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat	20
c.	Macam-Macam Minat	21
d.	Minat dalam Perspektif Islam	22
e.	Dimensi dan Indikator Promosi	22
5.	Gadai Syariah (<i>Rahn</i>)	23
a.	Pengertian Gadai	23
b.	Pengertian Gadai Syariah (<i>Rahn</i>)	24
c.	Dasar Hukum Gadai Syariah	25
d.	Rukun dan Syarat Gadai Syariah	28
e.	Akad Perjanjian Gadai Syariah	30
f.	Status dan Jenis Barang Gadai	30
g.	Pemanfaatan Barang Gadai	30
B.	Penelitian Terdahulu	31
C.	Kerangka Pemikiran	34
D.	Hipotesis	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
A.	Sasaran, Waktu, dan Tempat Penelitian	40
B.	Metode Penelitian	40
C.	Sumber Data	41
1.	Data Primer	41

2. Data Sekunder.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data.....	41
E. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel dan Teknik Pengambilannya.....	43
F. Operasional Variabel Penelitian.....	44
G. Teknik Analisis Data.....	48
1. Uji Deskriptif.....	48
2. Uji Instrumen.....	48
a. Uji Validitas.....	48
b. Uji Reliabilitas.....	49
3. Uji Asumsi Klasik.....	49
a. Uji Normalitas.....	49
b. Uji Linearitas.....	49
c. Uji Multikolinieritas.....	49
d. Uji Heteroskedastisitas.....	50
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
6. Uji Hipotesis.....	51
a. Uji T (Parsial).....	51
b. Uji F (Simultan).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Objektif Penelitian.....	54
1. Sejarah Singkat Pegadaian Syariah.....	54
2. Visi dan Misi Pegadaian Syariah.....	55
3. Struktur Organisasi Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan.....	56
4. Produk dan Jasa Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan.....	56
B. Hasil Analisis Data.....	57
1. Karakteristik Responden.....	57
2. Hasil Uji Deskriptif.....	60
3. Hasil Instrumen Penelitian.....	72
a. Uji Validitas.....	72

b. Uji Reliabilitas.....	73
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	74
a. Hasil Uji Normalitas.....	74
b. Hasil Uji Linearitas	74
c. Hasil Uji Multikolinieritas	76
d. Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	77
6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
7. Hasil Uji Hipotesis.....	79
a. Hasil Uji T (Parsial)	79
b. Hasil Uji F (Simultan)	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian	83
1. Pengaruh Reputasi Terhadap Minat Nasabah.....	83
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah.....	84
3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah.....	85
4. Pengaruh Reputasi, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Minat Nasabah.....	87
BAB V PENUTUP.....	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Skala Likert	42
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Reputasi (X_1).....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Layanan (X_2).....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Promosi (X_3).....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Minat Nasabah (Y).....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas Variabel Reputasi Terhadap Minat Nasabah.....	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas Variabel Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah.....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas Variabel Promosi Terhadap Minat Nasabah.....	76
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas	76
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
Tabel 4.19 Hasil Uji T (Parsial)	80
Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan).....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Susunan Organisasi Pegadaian Syariah Unit Awirarangan Kuningan	52
Gambar4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Bobot Kuesioner

Lampiran 3 Frekuensi Hasil Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas
2. Hasil Uji Linearitas
3. Hasil Uji Multikolinieritas
4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji T
2. Hasil Uji F

Lampiran 10 Tabel R

Lampiran 11 Tabel T

Lampiran 12 Tabel F

Lampiran 13 SK Penelitian dan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi

Lampiran 14 Kartu Bimbingan

Lampiran 15 Dokumentasi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya. Berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 158/1987 dan No. 0543b//U/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Ja	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sa	S	Es
ش	Sya	SY	Es dan Ye
ص	Ša	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍat	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof Terbalik

غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qa	Q	Qi
ك	Ka	K	Ka
ل	La	L	El
م	Ma	M	Em
ن	Na	N	En
و	Wa	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء) terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيّ	Fathah dan ya	Ai	A dan I
أَوْ	Fathah dan wau	Iu	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَؤُلَ : *haulā*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ ا	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إ ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
أ و	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

D. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua, yaitu: *ta marbūṭah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta marbūṭah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h). Contoh:

رَوْضَةُ الأَطْفَالِ : *raudah al-aṭfāl*

المَدِينَةُ الفَضِيلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

E. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

الْحَجُّ : *al-ḥajj*

نُعَمُّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwun*

Jika huruf ى ber- *tasydīd* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf berharakat kasrah (-), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (ī). Contoh:

عَلِيٍّ : *'Alī* (bukan *'Aliyy* atau *'Aly*)

عَرَبِيٍّ : *'Arabī* (bukan *'Arabiyy* atau *'Araby*)

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (alif lam ma'arifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contohnya:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : al-nau'

شَيْءٌ : syai'un

أُمِرْتُ : umirtu

H. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata Alquran (dari *al-Qur'ān*), sunnah, hadis, khusus dan umum. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt Fī 'Umūm al-Lafz lā bi khuṣūṣ al-sabab

I. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : dīnullāh

Adapun *ta marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : hum fī raḥmatillāh

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu jenis lembaga keuangan Non-Bank di Indonesia adalah pegadaian. Pegadaian adalah salah satu lembaga pemerintah yang bergerak di bidang jasa penyaluran pinjaman yang mempunyai tujuan khusus yaitu menyalurkan uang pinjaman atas dasar hukum gadai yang bertujuan untuk mencegah praktek ijon, pegadaian gelap, dan pinjaman tidak wajar lainnya. (Syafuruddin, 2014). Seiring berkembangnya produk-produk berbasis syariah, sektor pegadaian juga ikut mengalaminya. Pegadaian syariah dalam menjalankan operasionalnya berpegang kepada prinsip syariah. Pada dasarnya, produk-produk berbasis syariah memiliki karakteristik seperti, tidak memungut bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan melakukan bisnis untuk memperoleh imbalan atas jasa dan bagi hasil. (Soemitro, 2009)

Keberhasilan suatu perusahaan pasti diiringi dengan strategi tertentu agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satunya yaitu dengan memperkuat reputasi perusahaan, kualitas pelayanan, dan promosi sehingga nasabah yang telah ada maupun nasabah potensial dapat memutuskan untuk menggunakan jasa perusahaan. Pada zaman sekarang ini, masyarakat sudah lebih selektif dan hati-hati dalam memilih lembaga keuangan mana yang akan dijadikan tempat untuk melakukan transaksi keuangan.

Reputasi merupakan suatu atribut yang diberikan kepada nasabah berdasarkan pada informasi dari orang atau sumber lain. Reputasi dapat menjadi penting untuk membangun kepercayaan seorang nasabah terhadap perusahaan karena nasabah tidak memiliki pengalaman pribadi dengan perusahaan tersebut, reputasi dari mulut ke mulut yang juga menjadi kunci ketertarikan nasabah (Nurhatinah, 2018). Publik melihat reputasi suatu perusahaan secara langsung maupun tidak langsung berdasarkan pengalaman dan informasi yang ada.