

**PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN,  
ALASAN SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH  
MENGUNAKAN PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH  
CABANG PASAR KLIWON**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:**

**ALDI BAGUS PERNANDA**

**NIM. 17.52.31.123**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN, ALASAN  
SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN  
PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR KLIWON**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh

**ALDI BAGUS PERNANDA**

**NIM 17.52.31.123**

Sukoharjo, 19 Oktober 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I

NIK. 19870828 201403 1 002

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi. Wabarokatuh*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : ALDI BAGUS PERNANDA

NIM : 17.52.31.123

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN, ALASAN SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR KLIWON”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Surakarta, 19 Oktober 2023



Aldi Bagus Pernanda

Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Sdr : Aldi Bagus Pernanda

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan Hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Aldi Bagus Pernanda NIM : 17.52.31.123 yang berjudul :

“PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN, ALASAN SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR KLIWON”

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Sukoharjo, 19 Oktober 2023

Dosen Pembimbing Skripsi

  
Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I

NIK. 19870828 201403 1 002

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : ALDI BAGUS PERNANDA  
NIM : 17.52.31.123  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN, ALASAN SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR KLIWON”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 19 Oktober 2023



Aldi Bagus Pernanda

**PENGESAHAN**

**PENGARUH PROMOSI, PROSEDUR PENCAIRAN PINJAMAN, ALASAN SYARIAH, DAN LOKASI TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK ARRUM BPKB DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PASAR KLIWON**

Oleh :

**ALDI BAGUS PERNANDA**  
NIM. 17.52.31.123

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosyah pada hari Selasa tanggal 19 Desember 2023 M / 05 Jumadil Akhir 1445 H dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

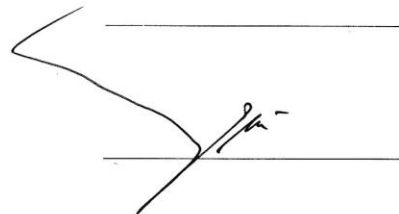
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Alvin Yahya, M.H  
NIK. 19821113 201701 1 1091



Penguji II  
Melia Kusuma, MM.  
NIK. 19810608 201701 2 147




Penguji III  
Supriyanto, S.Ud, M.Ud  
NIP. 19860306 201503 1 005



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004

## MOTTO

*“.....Dan kelak kami (Allah) akan menambah (pemberian atau karunia kami)  
kepada orang-orang yang berbuat baik (taqwa)”  
Q.S. Al – Baqarah : 58*

*“Buku yang bermanfaat merupakan teman yang berarti”  
Penulis*

*“Pengalaman, wawasan, pengetahuan, gemar bertanya menjadikan kita lebih  
bijaksana”  
Penulis*

*“Kemakmuran adalah hasil dari jerih payah”  
Penulis*

*“Nasehat yang baik adalah teladan yang baik”  
Penulis*

*“Barang siapa yang mengasihi orang miskin, kamu memberi pinjaman kepada  
Tuhan dan Tuhan akan membayarnya kembali”  
Penulis*

## **PERSEMBAHAN**

“Dengan mengucapkan Alhamdulillah

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk Bapak dan Ibu tercinta,

Yang selama ini telah memberikan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus  
dan tiada ternilai besarnya.”



## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi. Wabarokatuh*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Serta Citra Merek Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah Indonesia”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak arahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

5. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu, cerita dan wawasan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Bapak Senen dan Ibu Rukanti, yang telah dengan sabar dan selalu mendukung semua pilihan perjalanan yang telah penulis jalani selama hidup, semua usaha tidak akan pernah berhasil apabila tidak ada restu dan doa mereka.
8. Mbak susi, Mas Hartono yang selalu memberikan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi.
9. Keluarga Simbah Panut yang selalu memberi nasehat kepada penulis.
10. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan semangat penulis dalam mengerjakan skripsi.
11. Teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2017 yang sudah memberikan banyak pengalaman dan cerita selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, Semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Surakarta, 16 Oktober 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

Arrum BPKB is a form of business financing provided by Pegadaian Syariah to entrepreneurs to develop the business they are running. This scheme uses the BPKB of a motorbike or car as collateral. By only using BPKB as collateral, the vehicle can still be used to carry out daily business activities.

This research aims to determine the factors that influence customer interest. These factors include promotions, loan disbursement procedures, sharia reasons, and location of customers using Arrum BPKB Products at Pegadaian Syariah Pasar Kliwon Branch. A sample of 110 respondents was involved in this research. The data used in this research was obtained through distributing questionnaires. Next, the data was analyzed using multiple regression with the help of SPSS 22.

The results of this research show that simultaneously all variables influence customer interest. Partially, promotions, loan disbursement procedures, sharia reasons, and location have a positive effect on employee performance. Meanwhile, location has no effect.

Keywords: interest, BPKB arum, and sharia pawnshop.

## ABSTRAK

Arrum BPKB merupakan bentuk pembiayaan usaha yang disediakan oleh Pegadaian Syariah kepada para pengusaha guna mengembangkan bisnis yang sedang dijalankan. Skema ini menggunakan BPKB kendaraan motor atau mobil sebagai jaminan. Dengan hanya menggunakan BPKB sebagai jaminan, kendaraan tetap dapat digunakan untuk menjalankan kegiatan usaha sehari-hari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah. Faktor-faktor tersebut antara lain promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi pada nasabah pengguna Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Sampel sebanyak 110 responden yang dilibatkan dalam penelitian ini. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan spss 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel berpengaruh terhadap minat nasabah. Secara parsial, promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi berpengaruh positif pada kinerja karyawan. Sedangkan, lokasi tidak berpengaruh.

Kata Kunci: minat, arum BPKB, dan pegadaian syariah.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	5
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	7
1.7. Jadwal Terlampir.....	7
1.8. Sistematika Penulisan Skripsi .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
2.1. Kajian Teori.....	10

2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan.....	22
2.3. Kerangka Berfikir.....	30
2.4. Hipotesis .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>34</b>
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	34
3.2. Jenis Penelitian.....	34
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.4. Data Dan Sumber Data.....	35
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6. Variabel Penelitian .....	36
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	37
3.8. Instrumen Penelitian.....	38
3.9. Teknik Analisis Data.....	38
3.9.1. Uji Instrumen Data .....	38
3.9.2. Uji Asumsi Klasik .....	39
3.9.3 Uji Ketepatan Model .....	40
3.9.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data .....</b>	<b>44</b>
<b>4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data .....</b>	<b>55</b>
<b>4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah .....</b>	<b>55</b>
<b>4.3.2 Pengaruh Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah...</b>	<b>57</b>
<b>4.3.3 Pengaruh Alasan syariah Terhadap Minat Nasabah .....</b>	<b>58</b>
<b>4.3.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah.....</b>	<b>59</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>56</b>

<b>5.2 Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>57</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Menurut Gender.....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	44
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas untuk Masing-Masing Variabel.....	45
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji VIF .....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	51
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Uji Ketepatan Model).....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Kuisisioner .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabulasi Data.....</b>	<b>68</b>
<b>Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>69</b>
<b>Hasil Uji Reabilitas .....</b>	<b>74</b>
<b>Hasil Uji Statistik Deskriptif .....</b>	<b>74</b>
<b>Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>75</b>
<b>Hasil Uji Multikolinieritas.....</b>	<b>75</b>
<b>Hasil Uji Heterokedastisitas .....</b>	<b>75</b>
<b>Hasil Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>76</b>
<b>Hasil Uji F .....</b>	<b>76</b>
<b>Hasil Uji Regresi Berganda .....</b>	<b>76</b>
<b>Hasil Cek Turnitin .....</b>	<b>77</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Bidang keuangan atau perbankan di Indonesia memiliki salah satu lembaga keuangan yang targetnya ialah masyarakat menengah ke bawah dalam hal pembiayaan dalam bentuk gadai yaitu pegadaian. Dimana saat ini masi di kelola oleh pemerintah sehingga keuntungan bukanlah menjadi suatu hal utama. Fungsi dari pegadaian yaitu menopang kesejahteraan masyarakat seperti program-program pemerintah lainnya. Hal ini dapat dilihat dari tingkat suku bunga yang rendah dan juga biaya lainnya yang relatif kecil sehingga hal ini sangat membantu masyarakat (Pradana, Ukhriyawati, and Hasibuan 2015).

Produk pegadaian syariah adalah rahn. Rahn yang dimaksud adalah menahan harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya, pihak yang menahan barang memperoleh jaminan untuk mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Dengan akad ini Pegadaian Syariah menahan barang bergerak maupun tidak bergerak sebagai jaminan atas hutang nasabah (Maghfirah and Nurdin 2019).

Semakin banyaknya lembaga keuangan perbankan syariah yang memiliki produk rahn, sehingga daya saing semakin tinggi antara suatu lembaga dengan lembaga lainnya. Lembaga keuangan syariah yang menerapkan fasilitas pembiayaan rahn tentu memiliki karakteristik yang berbeda satu dengan lainnya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk menggadaikan. Banyak jenis rahn di pegadaian syariah berdasarkan fungsinya seperti amanah

(pembiayaan kendaraan), rahn (pegadaian), Arrum BPKB (pembiayaan usaha dengan jaminan BPKB), dan masih banyak lagi. Namun tidak dapat dipungkiri adanya persamaan produk menyebabkan penurunan minat nasabah seperti halnya penurunan Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Menurut penuturan Muhammad Huri, S.Sos selaku pimpinan Pegadaian Syariah cabang Pasar Kliwon. Dimasa sulit ini (pandemi) rahn sangat digemari oleh nasabah khususnya rahn BPKB. Rahn BPKB awalnya tahun 2020 hingga akhir 2021 merupakan produk andalan Pegadaian Syariah cabang Pasar Kliwon. Namun di beberapa bulan terakhir produk ini mengalami penurunan. Menurut penuturan beliau, salah satu yang mendasari penurunan rahn BPKB adalah begitu banyak lembaga keuangan baik syariah maupun non syariah yang memiliki produk tersebut.

Untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Pihak lembaga keuangan khususnya pegadaian dapat meningkatkan kegiatan promosi kepada calon nasabah untuk menarik minat nasabah. Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan. Promosi dianggap sebagai salah satu hal yang mendasari minat nasabah. Nasabah akan mulai mengenal tentang bagaimana pegadaian syariah serta produk yang ditawarkan melalui promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah (Maghfirah and Nurdin 2019).

Hasil penelitian dari Maghfirah and Nurdin (2019) selaras dengan hasil Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem (2021), Guspia Ningsih, Dayyan, and Nurjanah

(2019), serta Pradana, Ukhriyawati, and Hasibuan (2015) menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada minat nasabah. Namun penelitian yang dilakukan oleh Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap minat.

Menurut Maghfirah and Nurdin (2019) bukan hanya variabel promosi yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan jasa pegadaian syariah. Terdapat variabel lain yang mempengaruhi minat seperti halnya prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi.

Prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah untuk melakukan gadai. Alasan tersebut karena kemudahan prosedur pencairan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah. Semakin cepat pelayanan dan serta semakin mudah proses pencairannya maka minat nasabah semakin tinggi (Dewi 2016).

Hasil penelitian Rahmawati and Mutmainah (2020) menyatakan bahwa prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah. Hasil tersebut juga selaras dengan Hasil penelitian dari Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Huda, Sukidin, and Wahyuni (2019) menyatakan bahwa prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah.

Variabel yang selanjutnya mempengaruhi minat nasabah adalah alasan syariah. Sesuai dengan namanya Pegadaian Syariah, prinsip serta sistem kegiatan yang digunakan pegadaian syariah seharusnya menggunakan prinsip syariah. Jika operasional pegadaian syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah secara ideal dan cenderung lebih memberatkan daripada pegadaian konvensional

maka nasabah pun akan berpaling dan tidak memilih pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah. Dengan demikian, alasan syariah berpengaruh pada minat nasabah (Amah 2017).

Hasil penelitian dari Amah (2017) menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh pada minat nasabah. Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Saadah and Wisyananto (2018) yang menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap minat. Namun hasil yang diperoleh dari penelitian Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem (2021) menyatakan bahwa alasan syariah tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

Variabel terakhir yang mempengaruhi minat adalah lokasi. Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam keputusan pembelian produk. Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan tempat yang strategis memungkinkan perusahaan meningkatkan minat konsumen atau nasabah dengan memperhatikan keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi serta kedekatan lokasi (Polla, Mananeke, and Taroreh 2018).

Hasil penelitian dari Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh pada minat. Hasil penelitian tersebut selaras dengan Maghfirah and Nurdin (2019), Irna, Situmorang, and Rahayu (2016), Hasanuddin (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh pada minat. Sedangkan Fajar

Fahrudin and Yulianti (2015) dan Irna, Situmorang, and Rahayu (2016) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh pada minat.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Promosi, Prosedur Pencairan Pinjaman, Alasan Syariah, dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Terjadi penurunan minat nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon dalam beberapa waktu terakhir.
2. Adanya perbedaan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada variabel promosi dan alasan syariah.

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan penelitian dibuat agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari arah dan sasaran penelitian. Secara garis besar penelitian ini dibatasi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada menggunakan produk rahn di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon, yaitu prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi. Penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah yang menggunakan produk Arrum Haji di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh prosedur pencairan pinjaman terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh alasan syariah terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat promosi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat prosedur pencairan pinjaman berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.



4. Untuk mengetahui apakah terdapat lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.

## **1.6. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai minat nasabah produk Arrum BPKB di kalangan lembaga keuangan syariah non perbankan, sehingga penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti yang akan datang terkait faktor yang mempengaruhi minat nasabah khususnya Arrum BPKB.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Pihak Pegadaian**

Penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan efektifitas pelayanan terkait peningkatan persentase minat nasabah khususnya produk Arrum BPKB.

#### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi wacana atau referensi dalam pemikiran dan penalaran untuk merumuskan masalah yang baru dalam penelitian selanjutnya.

## **1.7. Jadwal Terlampir**

*Terlampir*

### **1.8. Sistematika Penulisan Skripsi**

Berikut ini merupakan sistematika penulisan dalam penelitian yang terbagi menjadi lima bab.

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I pendahuluan ini mendeskripsikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian maupun sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab II landasan teori ini mendeskripsikan teori-teori mengenai tema secara umum dan menjadi acuan dalam penelitian. Selain itu dalam bab ini juga mendeskripsikan hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir maupun hipotesis.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

BAB III metode penelitian ini mendeskripsikan waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel maupun teknik analisis data.

#### **BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

BAB IV analisis dan pembahasan ini mendeskripsikan gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, serta

pembahasan hasil dari analisis data yang disertai pembuktian hipotesis.

## BAB V : PENUTUP

BAB V penutup ini mendeskripsikan kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian maupun saran-saran bagi penelitian yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Kajian Teori**

##### 2.1.1. Arrum BPKB

###### A. Pengertian

Arrum, merupakan singkatan dari Ar-Rahn, merupakan inisiatif untuk memberikan dukungan keuangan kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program pembiayaan ARRUM diperkenalkan pertama kali pada tahun 2009 sebagai bentuk perhatian terhadap para pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam mengakses sumber modal (Nisfi, 2016).

Arrum, yang merupakan singkatan dari Ar-Rahn untuk usaha mikro, adalah program pinjaman berbasis syariah yang ditujukan bagi pengusaha mikro dan kecil guna mendukung pertumbuhan bisnis. Skema pembayaran dilakukan secara berkala, dengan menggunakan BPKB mobil atau motor sebagai jaminan. (Muftifiandi, 2015).

Menurut [Pegadaian.co.id](http://Pegadaian.co.id) Arrum merupakan Pinjaman Usaha Syariah merupakan bentuk pinjaman berjangka waktu bulanan yang disediakan khusus untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM) guna mendukung pertumbuhan bisnis, dengan menerapkan sistem fidusia.

###### B. Jenis – Jenis Arrum

Berdasarkan informasi dari [Pegadaian.co.id](http://Pegadaian.co.id), arrum terbagi menjadi beberapa jenis meliputi:

- 1) Gadai Emas Syariah merupakan bentuk pemberian pinjaman berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sistem gadai. Layanan ini tersedia untuk semua lapisan masyarakat, baik untuk keperluan konsumtif maupun produktif, dengan menggunakan emas sebagai jaminan, baik dalam bentuk perhiasan maupun batangan, serta berlian yang terikat emas.
- 2) Gadai Non Emas Syariah adalah salah satu produk dari Pegadaian yang menyediakan pinjaman tunai dengan sistem gadai, di mana jaminannya dapat berupa perangkat gawai, barang elektronik, atau perabotan rumah tangga lainnya. Prosesnya mudah dan sesuai dengan prinsip syariah.
- 3) Gadai Kendaraan Syariah adalah layanan pinjaman berdasarkan prinsip syariah yang diberikan kepada berbagai golongan nasabah, baik untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif. Jaminan yang digunakan adalah kendaraan bermotor.
- 4) Gadai Tabungan Emas Syariah adalah jenis pinjaman yang menggunakan sistem rahn (gadai) dan ditujukan untuk semua kalangan nasabah. Pinjaman ini dapat digunakan untuk keperluan konsumtif maupun produktif, dengan menyediakan emas sebagai jaminan yang disimpan di Pegadaian.
- 5) Gadai Angsuran Emas Syariah merupakan varian produk dari Gadai Emas Syariah yang menawarkan pinjaman dengan sistem gadai, menggunakan emas perhiasan, batangan, dan berlian yang terikat emas sebagai jaminan. Pembayaran dilakukan secara angsuran bulanan sesuai prinsip syariah.

### C. Arrum BPKB atau Gadai Kendaraan Syariah

Arrum BPKB adalah penyediaan dana yang mengikuti prinsip syariah melalui skema gadai, dapat diakses oleh berbagai kelompok nasabah, baik untuk tujuan konsumtif maupun produktif. Skema ini melibatkan kendaraan bermotor sebagai jaminan. (Pegadaian.co.id).

Pegadaian Syariah menyediakan produk usaha mikro bernama Arrum (ArRahn), yang bertujuan mempermudah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mendapatkan jaminan permodalan. Dalam skema ini, kendaraan disimpan bersama pemiliknya dan dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan operasional sehari-hari, dengan fokus pada optimalisasi penggunaan kendaraan. Arrum, singkatan dari ArRahn, merupakan jenis pembiayaan UMKM yang diarahkan untuk pengembangan usaha dengan mengikuti prinsip syariah. Produk pinjaman Arrum merupakan sistem pembiayaan berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan untuk para pengusaha UMKM guna mendukung pengembangan usaha mereka. Skema ini menggunakan prinsip syariah dan menggunakan BPKB kendaraan roda empat atau sepeda motor sebagai jaminan (Syifa dan Nawawi, 2023).

Arrum BPKB menawarkan fasilitas akses yang mudah, memungkinkan pengusaha untuk memperoleh pembiayaan hanya dengan menggunakan BPKB (Bukti Pemilikan Kendaraan Bermotor) sebagai jaminan. Dalam skema ini, kendaraan tetap berada di bawah kepemilikan pemiliknya, sehingga tetap dapat digunakan untuk mendukung kegiatan operasional usaha sehari-hari.

## 2.1.2. Minat

### A. Pengertian

Minat juga merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Dapat dikatakan bahwa minat adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu barang atau jasa yang paling disukainya. (Suharto, Tumbel, and Trang 2016).

Minat adalah daya tarik yang timbul oleh objek tertentu yang membuat orang merasa senang dalam mempunyai keinginan berkecimpung atau berhubungan dengan objek tersebut sehingga timbul suatu keinginan. Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, secara garis besar dikelompokkan menjadi dua yaitu dari dalam dan juga dari luar. Dari dalam diri individu yang bersangkutan seperti misal: bobot, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, kepribadian. Dan dari luar mencakup lingkungan keluarga, sekolah dan masyarakat (Hanafi and Agustina 2021).

Minat menjadi nasabah adalah tahap kecenderungan pada seorang yang ditandai dengan rasa senang atau ketertarikan untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat calon nasabah dalam keperluan berasuransi syariah dianggap penting bagi seorang individu maupun perusahaan.. Adanya minat seorang calon nasabah dalam memilih asuransi bisa dipengaruhi dari suatu promosi yang dibuat oleh perusahaan asuransi dan membuat calon

nasabah tahu dan tertarik untuk menjadi nasabah dalam asuransi tersebut (Devi, Anggraini, and Hendrawan 2018).

Menurut Suranda & Mutia, (2019) Minat merupakan situasi ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut.

#### B. Jenis-Jenis Minat

Menurut Suranda & Mutia, (2019), jenis-jenis minat meliputi:

##### 1) Minat Situsional

Minat Situsional dipicu oleh sesuatu di lingkungan sekitar. Hal-hal yang baru, berbeda, tak terduga, atau secara khusus sering menghasilkan minat situsional, demikian pula hal-hal yang melibatkan

##### 2) Minat Pribadi

Minat Pribadi adalah minat yang bersifat jangka panjang dan relatif stabil pada suatu topik atau aktivitas. Seringkali minat pribadi dan pengetahuan saling menguatkan. Minat dalam sebuah topik tertentu memicu semangat untuk mempelajari lebih dalam tentang tingkat aktivitas yang tinggi atau emosi yang kuat. topik tersebut, dan pengetahuan yang bertambah sebagai akibat dari proses pembelajaran itu pada gilirannya meningkatkan minat yang lebih besar.

#### C. Indikator Minat

Menurut Suranda & Mutia, (2019), minat terdiri dari berbagai indikator yaitu:

- 1) Minat transaksional, yakni kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang untuk membeli atau menggunakan produk.



- 2) Minat referensial, yakni kecenderungan yang dimiliki oleh seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki pilihan prioritas atau pilihan utama pada suatu produk.
- 4) Minat eksploratif, yakni kecendrungan yang dimiliki oleh seseorang yang selalu mencari informasi terkait produk yang diminatinya.

### 2.1.3.Promosi

#### A. Pengertian

Promosi adalah kegiatan menyampaikan informasi, keberadaan produk, keunggulan produk guna menarik minat calon nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan. Tujuan utama promosi adalah yaitu agar konsumen atau nasabah tertarik akan produk tersebut. Konsumen atau nasabah tidak akan tertarik terhadap suatu produk kecuali mereka telah mengetahui keberadaan dan keunggulan suatu produk tersebut (Guspia Ningsih, Dayyan, and Nurjanah 2019).

Menurut Maghfirah and Nurdin (2019) Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan.

Promosi digunakan untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Pihak lembaga keuangan khususnya pegadaian meningkatkan kegiatan promosi kepada calon nasabah untuk menarik minat nasabah. Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan

permintaan produk yang ditawarkan. Promosi dianggap sebagai salah satu hal yang mendasari minat nasabah. Nasabah akan mulai mengenal tentang bagaimana pegadaian syariah serta produk yang ditawarkan melalui promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah (Maghfirah and Nurdin 2019).

#### B. Jenis-Jenis Promosi

Menurut (Ningsih, Dayyan, and Nurjanah )2019).), jenis-jenis promosi meliputi:

- 1) Promosi secara fisik merupakan kegiatan promosi yang dapat diadakan di lingkungan fisik. Biasanya dilakukan pada acara-acara tertentu atau event-event khusus yang diadakan di suatu tempat seperti pameran, bazar, festival, konser, dan sebagainya. Promosi melalui media tradisional merupakan jenis promosi melalui media tradisional seperti via media cetak yaitu koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya, dan media elektronik seperti radio dan televisi, serta media di luar ruangan seperti iklan banner atau papan reklame atau papan billboard.
- 2) Promosi melalui media digital yaitu jenis promosi melalui media digital yang mencakup media internet dan social media atau jejaring sosial. Media sosial adalah cara modern untuk berpromosi karena memungkinkan orang melihat produk atau jasa yang dipromosikan melalui teknologi terkini seperti ponsel atau laptop

#### C. Indikator Promosi

Menurut Menurut Maghfirah and Nurdin (2019), indikator variabel promosi ada empat yaitu promosi, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan, serta pemasaran langsung.

- a. Promosi yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat dan mempengaruhi mereka untuk membeli dan menggunakan produk tersebut.
- b. Periklanan yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas dengan media cetak.
- c. Tenaga penjualan yaitu seseorang yang mempunyai tugas sebagai perantara antara pihak pelanggan dan perusahaan.
- d. Kehumasan yaitu hubungan warga (humas) yang memakai media tak berbayar untuk mengirimkan pesan positif mengenai suatu merk dengan tujuan untuk memengaruhi konsumen dan mencapai peningkatan pemasaran produk.
- e. Pemasaran langsung yaitu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang ataupun perusahaan kepada masyarakat luas tanpa media (bertatap muka).

#### 2.1.4. Prosedur Pencairan

##### A. Pengertian

Prosedur pencairan adalah tahapan-tahapan yang harus dipenuhi oleh nasabah dalam penyaluran pinjaman. Lembaga keuangan dituntut untuk memberikan prosedur kredit yang cukup mudah kepada para nasabah yang melakukan pinjaman. Sebelum lembaga keuangan memberikan kredit kepada nasabah, terdapat beberapa proses yang harus dilakukan oleh nasabah seperti halnya ebutuhan akan dana yang aman, cepat dan mudah membuat nasabah

memilih pinjaman ke lembaga keuangan yang memiliki proses atau prosedur yang tidak rumit (Huda, Sukidin, and Wahyuni 2019).

Menurut Cahyadi and Gede (2021) prosedur pencairan merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan Bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan pinjaman. Semakin mudah prosedur pencairan pinjaman pada suatu lembaga keuangan maka calon debitur akan semakin tertarik untuk melakukan suatu pinjaman dan begitu juga sebaliknya.

Prosedur pencairan mempengaruhi minat nasabah untuk melakukan gadai. Alasan tersebut karena kemudahan prosedur pencairan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah. Semakin cepat pelayanan dan serta semakin mudah proses pencairannya maka minat nasabah semakin tinggi (Dewi 2016).

#### B. Tahapan Prosedur Pencairan

Berdasarkan informasi dari [pegadaian.co.id](http://pegadaian.co.id), tahapan prosedur pencairan meliputi:

- 1) Siapkan syarat dan ketentuan yang diperlukan dalam pengajuan Pinjaman Usaha Syariah
- 2) Silahkan datang ke outlet atau cabang Pegadaian Syariah dan membawa Marhun (Agunan)
- 3) Isi formulir dan permohonan pembiayaan usaha anda kepada pihak Pegadaian
- 4) Serahkan dokumen dan syarat permohonan pembiayaan untuk dianalisa dan diverifikasi oleh Tim Mikro Pegadaian

5) Tunggu persetujuan (Approval) dari pihak Pegadaian, apabila disetujui akan dilakukan pencairan.

#### C. Indikator Pencairan

Menurut Menurut Cahyadi and Gede (2021), indikator pengukuran untuk variabel prosedur pencairan yaitu realisasi kredit, kemudahan prosedur, kecepatan pelaksanaan, serta persyaratan pengajuan.

- a. Realisasi kredit merupakan merupakan jumlah pencairan kredit oleh Bank pada bulan laporan.
- b. Kemudahan prosedur yaitu prosedur peminjaman mudah dimengerti atau tahap peminjaman yang tidak rumit.
- c. Kecepatan pelaksanaan yaitu proses peminjaman yang relative singkat.
- d. Persyaratan pengajuan yaitu syarat-syarat yang dilakukan untuk melakukan peminjaman.

#### 2.1.5. Alasan Syariah

##### A. Pengertian Alasan Syariah

Prinsip-prinsip syariah di lembaga keuangan syariah menjadi hal yang sangat penting bagi bagi perkembangan lembaga keuangan syariah dengan diterapkannya prinsip-prinsip syariah dengan baik maka akan membuat masyarakat menjadi tahu dan percaya lembaga keuangan syariah sudah sesuai dengan ketentuan syariah, dan berbeda dengan bank konvensional. Sehingga masyarakat berminat memilih lembaga keuangan syariah (Saadah and Wisyananto 2018).

Variabel yang selanjutnya mempengaruhi minat nasabah adalah alasan syariah. Sesuai dengan namanya Pegadaian Syariah, prinsip serta sistem kegiatan yang digunakan pegadaian syariah seharusnya menggunakan prinsip syariah. Jika operasional pegadaian syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah secara ideal dan cenderung lebih memberatkan daripada pegadaian konvensional maka nasabah pun akan berpaling dan tidak memilih pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah. (Amah 2017).

Menurut Maghfirah and Nurdin (2019) syariah sendiri meliputi ideologi dan keyakinan, perilaku dan tata krama, dan hal-hal praktis setiap hari salah satunya yaitu ekonomi. Penggunaan prinsip syariah menjadi daya tarik dari pegadaian syariah guna menarik minat nasabahnya untuk menggunakan jasa layanan lembaga keuangan syariah yaitu produk yang dikeluarkan memiliki karakteristik seperti, tidak memberlakukan sistem bunga dalam berbagai bentuk karena riba, menetapkan uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas yang diperdagangkan, dan yang pasti keuntungan diperoleh dari biaya jasa simpan barang yaitu memberlakukan biaya pemeliharaan dari barang yang digadaikan. Indikator pengukuran alasan syariah yaitu kepatuhan agama, bisnis dijalankan dengan halal, serta tidak ada unsur riba.

## B. Indikator Syariah

Menurut Maghfirah and Nurdin (2019), indikator pengukuran untuk variable alasan syariah meliputi: kepatuhan agama, bisnis yang dijalankan halal, dan tidak ada unsur riba.

- a. Kepatuhan agama yaitu kegiatan transaksi yang dilakukan sesuai dengan kaidah agama islam.
- b. Bisnis dijalankan dengan halal yaitu kegiatan transaksi merupakan transaksi yang halal tidak bertentangan dengan kaidah agama serta sesuai dengan Al Qur'an, Hadist, dan tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.
- c. Tidak ada unsur riba yaitu kegiatan transaksi tidak ada unsur tambahan yang disyaratkan dan diterima pemberi pinjaman sebagai imbalan dari peminjam utang

#### 2.1.6. Lokasi

##### A. Pengertian

Lokasi merupakan sebuah keputusan berkaitan tempat operasi akan dilakukan dan staf akan ditempatkan oleh sebuah perusahaan untuk pelayanan terhadap konsumen. lokasi merupakan teori dasar yang sangat penting di mana lokasi kegiatan ekonomi merupakan unsur utama. Lokasi harus mementingkan rasa aman dan nyaman bagi pelanggan. Indikator pengukuran variabel lokasi meliputi lokasi mudah dijangkau, lokasi dapat terlihat di tepi jalan dan lokasi strategis dekat dengan keramaian dan perkotaan (Huriyati 2010).

Lokasi, seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu usaha. Lokasi usaha yang tepat diharapkan dapat diperoleh pendapatan yang lebih baik, biaya yang paling rendah dan juga

hubungan dengan pelanggan yang cukup baik. Lokasi yang tepat yang dianggap oleh nasabah membuat nasabah semakin berminat untuk menggunakan produk pada usaha tersebut (Irna, Situmorang, and Rahayu 2016).

Menurut Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam keputusan pembelian produk. Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan tempat yang strategis memungkinkan perusahaan meningkat minat konsumen atau nasabah dengan memperhatikan keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi serta kedekatan lokasi.

#### B. Indikator Penelitian

Menurut Huriyati (2010) indikator penelitian untuk lokasi meliputi lokasi yang mudah dijangkau, lokasi dapat dilihat di tepi jalan, dan lokasi strategi.

- a. Lokasi mudah dijangkau yaitu tempat atau kegiatan perusahaan berada di tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat.
- b. Lokasi dapat terlihat di tepi jalan yaitu tempat atau kegiatan perusahaan berada di dekat jalan raya.
- c. Lokasi strategis dekat dengan keramaian dan perkotaan yaitu tempat atau kegiatan perusahaan berada di tempat keramaian, bukan tempat terpencil atau jauh dari kerumunan masyarakat.

### **2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan**

Berikut ini beberapa penelitian yang relevan, dapat dilihat secara lebih ringkas dalam tabel 2.1 berikut ini:



Tabel 2.1  
Hasil Penelitian yang Relevan

NO	NAMA JUDUL	VARIABEL	METODE	HASIL PENELITIAN
1	Hanafi & Agustina, (2021)  Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk dan Promosi terhadap Minat Masyarakat dalam Berasuransi syariah Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi)	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pendapatan 2. Pengetahuan Produk 3. Promosi	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi  Teknik Purposive Sampling	Pendapatan, pengetahuan produk, dan promosi berpengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam berasuransi syariah
2	Khoirani, (2020) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi syariah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pelayanan 2. Informasi 3. Reputasi 4. Pendapatan 5. Religiusitas	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor  Teknik indinsental sample	Pelayanan, informasi, reputasi, dan pendapatan berpengaruh positif pada minat nasabah terhadap produk tabungan berasuransi syariah. Sedangkan, religiusitas tidak berpengaruh pada minat nasabah terhadap produk tabungan berasuransi syariah.
3	Pradesyah, (2020)  Pengaruh Promosi dan Pengetahuan terhadap Minat	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Promosi 2. Pengetahuan	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini	Promosi dan pengetahuan berpengaruh positif pada minat

	Masyarakat Melakukan Transaksi di Bank Syariah		adalah nasabah Bank Syariah  Teknik purposive sampling	
4	Febrian, (2018)  Analisis Pendapatan Masyarakat Dan Bagi Hasil (Mudharabah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pendapatan 2. Bagi hasil	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif Populasi penelitian adalah nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang PEkanbaru  Teknik judgmental sampling.	Pendapatan dan bagi hasil berpengaruh positif pada minat.
5	Mukti & Octaviani, (2019)  Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank Bri Syariah Cabang Palur Karanganyar)	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pelayanan 2. Religiusitas 3. Tingkat Pendapatan	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BRI Syariah Karanganyar dengan jumlah sampel sebesar 100 responden	Pelayanan, religiusitas, dan tingkat pendapatan terhadap minat.
6	Putrawardana et al., (2021)  Pengaruh Tingkat Religiusitas, Jaminan Rasa Aman, dan Pendapatan Minat Menabung di Bank Syariah	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Tingkat religiusitas 2. Jaminan rasa aman 3. pendapatan	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah total mahasiswa produktif FEBI UIN Ar-Raniry sebanyak 45 mahasiswa	Tingkat religiusitas, jaminan rasa aman, dan pendapatan.

			dengan menggunakan teknik sampel jenuh	
7	Saadah & Wisyananto, (2018)  Pengaruh Pengetahuan Produk dan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat memilih Bank syariah	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pengetahuan produk 2. Prinsip-prinsip syariah	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh kepada seluruh Karyawan SMK Teratai Putih Global 3 dan 4 Bekasi, yang berjumlah 74 karyawan. Pengumpulan	Pengetahuan produk dan prinsip-prinsip syariah berpengaruh positif pada minat
8	Swastawan & Dewi, (2021)  Pengaruh Tingkat Pendapatan, Suku Bunga, Religiusitas, dan Financial Attitude terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya pada Masyarakat Desa Tajun	Variabel Y 1. Minat  Variabel X 1. Tingkat Pendapatan 2. Suku bunga 3. Religiusitas 4. Financial Attitude	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan sebanyak 388 orang dengan sampel terpilih sebanyak 95 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan desain deskriptif.  Teknik Purposive Sampling	Tingkat pendapatan, suku bunga, religiusitas, dan financial attitude berpengaruh positif signifikan pada minat
9	Ubaidillah & Asandimitra, (2018)	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Gender	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan	Literasi keuangan berpengaruh positif

	Pengaruh Demografi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo	2. Usia 3. Pendidikan 4. Jumlah tanggungan 5. Pendapatan 6. Status pernikahan 7. Literasi keuangan	kuantitatif. Sampel sebanyak 220 responden. Objek penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Sidoarjo.	sedangkan variabel yang lain tidak berpengaruh.
10	Aramiko et al., (2022)  Pengaruh Pengetahuan dan Kesadaran Diri Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Kecelakaan Diri Syariah	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pengetahuan 2. Kesadaran diri	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif.  Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Asuransi Syariah FEBI UINSU	Pengetahuan dan kesadaran diri berpengaruh positif pada minat
11	Suranda & Mutia, (2019)  Berasuransi syariah Syariah di Kalangan Masyarakat Kelurahan Pasir Putih Jambi	Variabel Y 1. Minat Variabel X 1. Pengetahuan	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah warga pasir putih dengan sampel 100 orang	Pengetahuan berengaruh positif pada minat
12	Imran & Hendrawan, (2017);  Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah	Variabel Y 1. Minat  Variabel X 1. Persepsi terkait bunga bank 2. Persepsi terkait bagi hasil	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipilih adalah warga Batam Center. Jumlah sampel sebanyak 100 orang masyarakat yang tinggal di kawasan Batam Center	Persepsi terkait bunga bank dan persepsi terkait bagi hasil berpengaruh terhadap minat
13	Yulinda et al., (2017)	Variabel Y 1. Minat	Metode dalam penelitian menggunakan	Promosi dan pengetahuan tidak

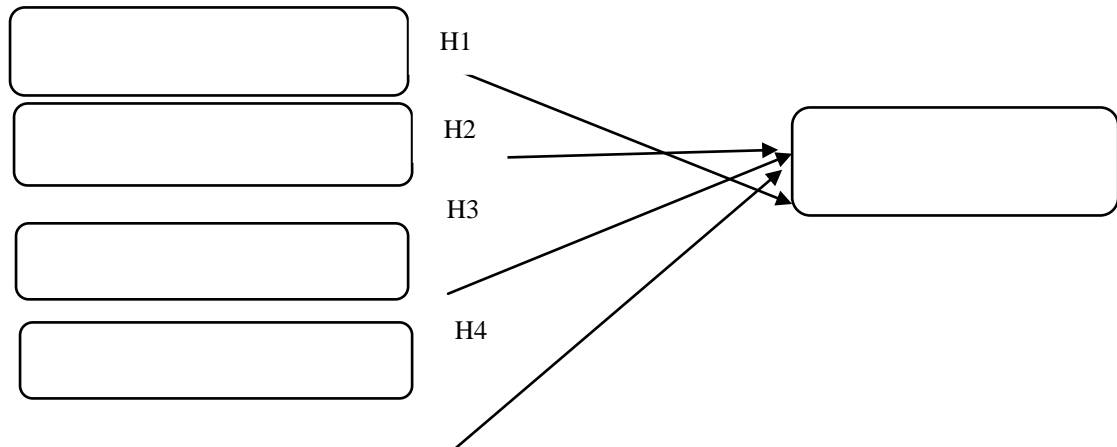
	Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Bmt Al Halim Temanggung	Variabel X 1. Promosi, 2. Salesmanship, 3. Pengetahuan produk 4. Word of mouth	pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Al Halim Temanggung. Jumlah sampel 86 pelanggan BMT Al Halim Temanggung	berpengaruh. Salesmanship dan word of mouth berpengaruh negatif dan signifikan.
14	Devi et al., (2018)  Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah PT. Allianz Life Genteng Biru Agency	Variabel Y 1. Minat  Variabel X 1. Promosi 2. Kualitas Pelayanan	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh calon nasabah asuransi yang jumlahnya tidak diketahui. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria responden minimal berusia 18 tahun. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik	Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif pada minat
15	Septiani, (2018)  Pengaruh Promosi dan Produk Terhadap Minat Beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta)	Variabel Y 1. Minat  Variabel X 1. Promosi 2. Pengetahuan Produk	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah PT. Asuransi Jiwa Recapital di Jakarta. Metode yang digunakan adalah explanatory research, dan pengujian hipotesis. Dengan	Promosi dan produk berpengaruh positif pada minat

			teknik survei, menyebar kuesioner dengan skala Likert. Teknik penentuan memakai sampling jenuh dengan 100 responden.	
16	Yusta et al., (2021)  Pengaruh Promosi, Service Quality, Brand Image dan Consumer Trust Terhadap Purchase Decision Polis Asuransi di PT. Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru	Variabel Y 2. Minat  Variabel X 3. Promosi 4. Service Quality 5. Brand image 6. Customer Trust	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah polis asuransi pada PT. Asuransi Jasa Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling yang terdiri dari 100 responden dari nasabah perorangan yang menggunakan polis asuransi non kredit dengan masa penjaminan 1 tahun.	Promosi, service quality, brand image, dan customer trust berpengaruh positif signifikan pada minat
17	Achwan, (2018)  Analisis Perilaku Nasabah Asuransi Syariah	Variabel Y 3. Minat  Variabel X 7. Pelayanan 8. Promosi	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah asuransi syariah, sampel diambil sebanyak 96 responden dengan teknik	Pelayanan berpengaruh positif pada minat. Sedangkan promosi tidak berpengaruh pada minat

			nonprobability sampling	
18	Handayani et al., (2020)  Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi syariah Syariah di Jabodetabek?	Variabel Y 1. Minat  Variabel X Tingkat Pemahaman Tingkat kualitas produk Premi Promosi	Metode dalam penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat JABODETABEK. Teknik convenience sample	Tingkat pemahaman dan tingkat kualitas produk berpengaruh positif pada minat. Sedangkan premi dan promosi tidak berpengaruh pada minat

### 2.3. Kerangka Berfikir

Gambar 2.2  
Kerangka Berfikir



### 2.4. Hipotesis

#### 2.1.1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah

Pihak lembaga keuangan khususnya pegadaian dapat meningkatkan kegiatan promosi kepada calon nasabah untuk menarik minat nasabah. Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan. Promosi dianggap sebagai salah satu hal yang mendasari minat nasabah. Nasabah akan mulai mengenal tentang bagaimana pegadaian syariah serta produk yang ditawarkan melalui promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah. Dengan demikian promosi berpengaruh pada minat nasabah (Maghfirah and Nurdin 2019).

Berdasarkan hasil penelitian dari Maghfirah and Nurdin (2019) selaras dengan hasil Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem (2021), Guspia Ningsih, Dayyan,



and Nurjanah (2019), serta Pradana, Ukhriyawati, and Hasibuan (2015) menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada minat nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1: Promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.

#### 2.1.2. Pengaruh Prosedur Pencairan Terhadap Minat Nasabah

Prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah untuk melakukan gadai. Alasan tersebut karena kemudahan prosedur pencairan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah. Semakin cepat pelayanan dan serta semakin mudah proses pencairannya maka minat nasabah semakin tinggi. Dengan demikian, prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah (Dewi 2016).

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian Rahmawati and Mutmainah (2020) menyatakan bahwa prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah. Hasil tersebut juga selaras dengan Hasil penelitian dari Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Huda, Sukidin, and Wahyuni (2019) menyatakan bahwa prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2: Prosedur pencairan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.

#### 2.1.3. Alasan Syariah Terhadap Minat Nasabah

Sesuai dengan namanya Pegadaian Syariah, prinsip serta sistem kegiatan yang digunakan pegadaian syariah seharusnya menggunakan prinsip syariah. Jika operasional pegadaian syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah secara ideal dan

cenderung lebih memberatkan daripada pegadaian konvensional maka nasabah pun akan berpaling dan tidak memilih pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah. Dengan demikian, alasan syariah berpengaruh pada minat nasabah (Amah 2017).

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian dari Amah (2017) menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh pada minat nasabah. Hasil penelitian tersebut juga selaras dengan Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Saadah and Wisyananto (2018) yang menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap minat.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H3: alasan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.

#### 2.1.4. Lokasi Terhadap Minat Nasabah

Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam keputusan pembelian produk. Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan tempat yang strategis memungkinkan perusahaan meningkat minat konsumen atau nasabah dengan memperhatikan keterjangkauan lokasi. kelancaran akses menuju lokasi serta kedekatan lokasi. Dengan demikian, lokasi berpengaruh pada minat nasabah (Polla, Mananeke, and Taroreh 2018).

Berdasarkan hasil penelitian hasil penelitian dari Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh pada minat. Hasil penltian tersebut selaras dengan Maghfirah and Nurdin (2019), Irna, Situmorang, and Rahayu (2016), Hasanuddin (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh pada minat.

Berdasarkan penjelasan diatas, hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H4: lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk melakukan penelitian ini dimulai pada bulan 1 Juni 2022 sampai selesai. Wilayah penelitian ini berada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.

#### **3.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017), bahwa metode kuantitatif merupakan sebuah metode tradisional atau sederhana, dikarenakan metode ini sudah lama digunakan. Dengan demikian, metode kuantitatif merupakan suatu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan dalam meneliti populasi dan sampel tertentu, dan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif /statistic, dengan gambaran dan pengujian hipotesis yang telah ditentukan.

#### **3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiono (2017), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

*nonprobability sampling* dengan jenis *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, sehingga peneliti bisa mengambil sampel pada siapa saja yang ditemui tanpa perencanaan sebelumnya. Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu nasabah Pegadaian Syariah yang menggunakan produk Arrum BPKB . Penentuan sampel dalam penelitian ini merujuk ke Hair *et al.* (1998) dalam Azizah and Zarefar (2021) menyatakan bahwa jumlah sampel minimal yang harus diteliti minimal 5-10 kali dari jumlah indikator. Indikator dalam penelitian ini berjumlah 18. Oleh karena itu, sampel minimal sama dengan  $18 \times 5$  yaitu 90. Dengan demikian, jumlah minimal sampel yang diteliti berjumlah 90.

#### **3.4. Data Dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau data yang didapatkan langsung dari narasumber atau responden. Sumber data dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data eksternal dimana data didapat melalui jawaban kuesioner yang disebar pada nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon

#### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner (angket). Dimana kuesioner berisi daftar pertanyaan dengan tersedianya jawaban

yang telah tersedia kemudian didistribusikan kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan (Sugiyono, 2017). Setiap informasi yang didapatkan dari responden serta memberikan batasan pada jawaban alternatif yang telah disediakan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan merupakan skala penelitian yang dipakai untuk mengukur sikap dan pendapat responden. Skala ini digunakan untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan responden menunjukkan tingkat persetujuan terhadap serangkaian pertanyaan.

### **3.6. Variabel Penelitian**

#### **3.6.1. Variabel Dependen**

Variabel dependen (variabel terikat) sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen, yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu minat nasabah (Y)

#### **3.6.2. Variabel Independen**

Variabel independen (variabel bebas) sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*, yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel dependen yaitu promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariaah, dan lokasi.

### 3.7. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1	Minat Nasabah	Minat merupakan situasi ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif (Suranda and Mutia 2019).
2	Promosi	Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan (Maghfirah and Nurdin 2019)	1. Promosi 2. Periklanan 3. Tenaga penjualan 4. Kehumasan 5. Pemasaran langsung  (Rahmawati and Mutmainah 2020)
3	Prosedur Pencairan	Prosedur kredit merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan bank atau lembaga keuangan bukan Bank (LKBB) yang menyediakan jasa peminjaman kredit dalam rangka melayani permintaan nasabah dalam pengambilan kredit. (Cahyadi and Gede 2021)	1. Realisasi Kredit 2. Kemudahan prosedur 3. Kecepatan pelaksanaan 4. Persyaratan  (Cahyadi and Gede 2021)
4	Alasan Syariah	Syariah sendiri meliputi ideologi dan keyakinan, perilaku dan tata krama, dan hal-hal praktis setiap hari salah satunya yaitu ekonomi.  (Maghfirah and Nurdin 2019)	1. Kepatuhan agama 2. Bisnis dijalankan dengan halal 3. Tidak ada unsur riba  (Maghfirah and Nurdin 2019)
5	Lokasi	Sebuah keputusan berkaitan tempat operasi akan dilakukan dan staf akan ditempatkan oleh sebuah perusahaan untuk pelayanan terhadap konsumen. (Huriyati 2010)	a. Lokasi mudah dijangkau b. Lokasi dapat terlihat di tepi jalan c. Lokasi strategis dekat dengan keramaian dan perkotaan. (Huriyati 2010)

### 3.8. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengambilan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini berupa kuesioner (angket) yang berisi pernyataan maupun pertanyaan yang wajib dijawab atau diisi oleh responden yaitu nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Untuk mengukur pendapat responden digunakanlah skala *likert*. Menurut Sugiyono, (2017), skala *likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur variabel promosi, prosedur pencairan, alasan syariah, dan lokasi terhadap minat menggunakan produk Arrum BPKB . Gradasi/ susunan dengan menggunakan skala *likert* adalah sebagai berikut.

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

### 3.9. Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian adalah bagian dalam proses pengujian data yang dilakukan setelah tahap pemilihan serta pengumpulan data. Beberapa metode analisis data yang dilakukan didalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

#### 3.9.1. Uji Instrumen Data

##### 1. Uji Validitas

Validitas dapat digunakan untuk mengukur keabsenan suatu kuesioner. Valid tidaknya suatu kuesioner jika item pernyataan dapat



menggambarkan indikator penelitian Kriteria suatu data dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  sedangkan item dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  (Ghozali 2013).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji *cronbach alpha* dengan bantuan SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel atau handal jika memberi nilai *cronbach alpha*  $> 0,7$  (Ghazali, 2013).

### 3.9.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data berdistribusi normal Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Data dianggap normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013).

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Cara untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Dalam uji *Glejser*, adanya indikasi terjadi heteroskedastisitas apabila variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen. Jika probabilitas signifikan di atas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat diketahui dari nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika  $VIF < 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$  maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terdapat gangguan multikolinieritas (Ghozali, 2013).

### 3.9.3 Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji F

Uji F atau biasa disebut dengan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun diestimasi, apakah Y

berhubungan linier terhadap X1, X2 dan X3. Uji F ini menguji joint hipotesis bahwa b1,b2 dan b3 secara simultan sama dengan nol (Ghozali, 2013). Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan < 0,05 maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima. Membandingkan antara F tabel dan F hitung. Bila F hitung lebih besar dari F tabel ( F hitung > F tabel), maka H0 ditolak dan menerima Ha (Ghozali, 2013).

## 2. Koefisien Determinasi (Adj R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai R<sup>2</sup> yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali 2016).

### 3.9.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, pengetahuan produk, dan promosi terhadap minat nasabah untuk berasuransi syariah. Adapun persamaan umum analisis regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Minat nasabah

a = Konstanta

X1 = Promosi

X2 = Prosedur Pencairan

X3 = Alasan Syariah

X4 = Lokasi

b1, b2, b3, b4 = Lokasi Syariah

$\varepsilon$  = Variabel pengganggu

### 3.9.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Kriteria pengujian yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan  $< 0,05$  maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima. Selain itu dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak.
2. Jika t hitung  $<$  t tabel, maka  $H_0$  diterima.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

##### 4.1.1 Proses Penelitian

Didalam proses pengumpulan data, pembagian kuesioner dilakukan melalui media kuisisioner di Pegadaian Syariaiah Cabang Pasar Kliwon. Media lembar kertas ini digunakan untuk mempermudah para responden dalam menjawab beberapa pernyataan dalam kuesioner secara langsung. Setelah dilakukan pembagian kuesioner, diperoleh jumlah responden sebanyak 110 responden.

##### 4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Dari 110 data yang diperoleh dan akan diolah. Berikut deskripsi responden dari data yang akan diolah tersebut.

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden Menurut *Gender*

<i>Gender</i>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentas e</b>
Laki-laki	67	61%
Perempuan	43	39%
<b>Total</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan diatas, diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Dimana 61% dari responden merupakan seorang laki-laki, sisanya 39% merupakan seorang perempuan.

## 4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid, apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang ingin diteliti secara tepat. Jika nilai *corrected item total correlation* atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen dinyatakan valid (Ghozali 2013). Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini.

Tabel 4.2  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
Promosi	Prom1	0.521	0.361	Valid
	Prom2	0.662	0.361	Valid
	Prom3	0.649	0.361	Valid
	Prom4	0.616	0.361	Valid
	Prom5	0.538	0.361	Valid
	Prom6	0.559	0.361	Valid
	Prom7	0.809	0.361	Valid
	Prom8	0.824	0.361	Valid
	Prom9	0.624	0.361	Valid
Prosedur pencairan pinjaman	Pros1	0.714	0.361	Valid
	Pros2	0.675	0.361	Valid
	Pros3	0.685	0.361	Valid
	Pros4	0.669	0.361	Valid
	Pros5	0.508	0.361	Valid
	Pros6	0.534	0.361	Valid
	Pros7	0.646	0.361	Valid
	Pros8	0.687	0.361	Valid
Alasan syariah	Als1	0.81	0.361	Valid
	Als2	0.708	0.361	Valid

	Als3	0.611	0.361	Valid
	Als4	0.818	0.361	Valid
	Als5	0.804	0.361	Valid
	Als6	0.696	0.361	Valid
Lokasi	Lok1	0.784	0.361	Valid
	Lok2	0.716	0.361	Valid
	Lok3	0.662	0.361	Valid
	Lok4	0.784	0.361	Valid
	Lok5	0.831	0.361	Valid
Minat	Min1	0.536	0.361	Valid
	Min2	0.614	0.361	Valid
	Min3	0.755	0.361	Valid
	Min4	0.838	0.361	Valid
	Min5	0.672	0.361	Valid
	Min6	0.722	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.3 menunjukkan nilai *Correted Item-Total Correlation* ( $r_{hitung}$ ) untuk semua item pernyataan dalam kuesioner lebih besar dari  $r_{tabel}$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner valid. Hal ini berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang diinginkan serta dapat mengungkapkan data dari variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, lokasi, dan minat.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut memiliki keandalan sebagai alat ukur. Suatu instrumen dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha*-nya bernilai  $> 0,6$  (Ghozali 2013). Berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas untuk semua variabel.

Tabel 4.3  
Hasil Uji Reliabilitas untuk Masing-Masing Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
----------	-------------------------	------------

Promosi	0.826	Reliabel
Prosedur pencairan pinjaman	0.797	Reliabel
Alasan syariah	0.837	Reliabel
Lokasi	0.806	Reliabel
Minat	0.777	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel tersebut memperlihatkan seluruh nilai *cronbach's alpha* > 0,60, sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini yaitu variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, lokasi, dan minat.

#### 4.2.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini dilakukan guna menggambarkan data dari responden dengan ringkas mengenai variabel variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, lokasi, dan minat.. Data-data tersebut disajikan dalam bentuk perhitungan seperti nilai *minimum*, *maximum*, *mean*, serta *standard deviation*.

Tabel 4.4  
Hasil Statistik Deskriptif  
**Descriptive Statistics**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MIN	110	13	30	23.91	3.804
PRO	110	27	45	36.11	4.600
PEN	110	24	40	32.16	4.237
ALS	110	15	30	25.60	4.057
LOK	110	15	25	19.55	2.888
Valid N (listwise)	110				

Sumber: Data diolah, 2022



Dilihat dari tabel 4.4, berikut merupakan penjabarannya.

1. Minat

Dari tabel diatas diketahui bahwa untuk variabel minat dengan 6 item pernyataan yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, yaitu skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk Setuju (S), skor 3 untuk Kurang Setuju (KS), skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), diperoleh nilai *minimum* 13, nilai *maximum* 30, nilai *mean* 23,91, dan nilai *standard deviation* 3,804.

2. Promosi

Dari tabel diatas diketahui bahwa untuk variabel promosi dengan 9 item pernyataan yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, yaitu skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk Setuju (S), skor 3 untuk Kurang Setuju (KS), skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), diperoleh nilai *minimum* 27, nilai *maximum* 45, nilai *mean* 36,11, dan nilai *standard deviation* 4,600.

3. Prosedur pencairan pinjaman

Dari tabel diatas diketahui bahwa untuk variabel prosedur pencairan pinjaman dengan 8 item pernyataan yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, yaitu skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk Setuju (S), skor 3 untuk Kurang Setuju (KS), skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), diperoleh nilai *minimum* 24, nilai *maximum* 40, nilai *mean* 32.16, dan nilai *standard deviation* 4,237.

4. Alasan syariah

Dari tabel diatas diketahui bahwa untuk variabel alasan syariah dengan 6 item pernyataan yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, yaitu skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk Setuju (S), skor 3 untuk Kurang Setuju (KS), skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), diperoleh nilai *minimum* 15, nilai *maximum* 30, nilai *mean* 25,60, dan nilai *standard deviation* 4,057.

#### 5. Lokasi

Dari tabel diatas diketahui bahwa untuk variabel lokasi dengan 5 item pernyataan yang terdiri dari 5 alternatif jawaban, yaitu skor 5 untuk Sangat Setuju (SS), skor 4 untuk Setuju (S), skor 3 untuk Kurang Setuju (KS), skor 2 untuk Tidak Setuju (TS), dan skor 1 untuk Sangat Tidak Setuju (STS), diperoleh nilai *minimum* 15, nilai *maximum* 25, nilai *mean* 19,55, dan nilai *standard deviation* 2,888.

### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu sampel yang diambil berasal dari suatu populasi yang terdistribusi normal atau tidak. Suatu data dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .

Tabel 4.5  
Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

N	110
---	-----

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89971441
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.057
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig.* adalah 0,112. Ini berarti nilai sig > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini berasal dari suatu populasi yang terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan uji VIF. Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel independen dalam penelitian ini. Model persamaan regresi yang baik ialah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Suatu model persamaan regresi dinyatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas apabila nilai VIF < 10.

Tabel 4.6  
Hasil Uji VIF

Variabel	VIF	Hasil
Promosi	1,536	Tidak terdapat masalah multikolinearitas
Prosedur pencairan pinjaman	1,391	Tidak terdapat masalah multikolinearitas
Alasan syariah	1,174	Tidak terdapat masalah multikolinearitas
Lokasi	1,054	Tidak terdapat masalah multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, diketahui bahwa nilai VIF dari seluruh variabel independen, yaitu variabel variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model persamaan regresi penelitian ini.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastis dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat apakah ada ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang baik ialah model regresi yang tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Model regresi dinyatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

Tabel 4.7  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Variabel</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Promosi	0,191	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
Prosedur pencairan pinjaman	0,060	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
Alasan syariah	0,480	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas
Lokasi	0,657	Tidak terdapat masalah heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel diatas, diketahui bahwa nilai *sig.* dari seluruh seluruh variabel independen, yaitu variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi lebih dari dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model persamaan regresi penelitian ini.

#### 4.2.4 Uji Ketepatan Model

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengukur kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikatnya (dependen). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1.

Tabel 4.8  
Hasil Uji  $R^2$   
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 <sup>a</sup>	.419	.397	2.954

a. Predictors: (Constant), LOK, PRO, ALS, PEN

b. Dependent Variable: MIN

Sumber: Data diolah, 2020

Dari tabel *Model Summary* diatas, diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,397 atau 39,7%. Hal ini berarti variabel independen yaitu promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi mampu menjelaskan variabel dependen yaitu minat nasabah sebesar 41,9%, dan sisanya 58,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model dalam penelitian ini.

##### 2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan atau tidak, serta untuk melihat apakah model regresi yang dibuat sudah tepat atau tidak. Suatu model regresi yang sudah dibuat dapat dinyatakan sudah tepat apabila nilai  $F_{hitung} >$

$F_{\text{tabel}}$ , atau nilai signifikansi  $< 0,05$ .

Tabel 4.9  
Hasil Uji F (Uji Ketepatan Model)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660.581	4	165.145	18.920	.000 <sup>b</sup>
	Residual	916.509	105	8.729		
	Total	1577.091	109			

a. Dependent Variable: MIN

b. Predictors: (Constant), LOK, PRO, ALS, PEN

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel ANOVA (*Analysis of Variance*) diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya, diketahui bahwa nilai signifikansi =  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah tepat atau variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan.

#### 4.2.5 Uji Regresi Linear Berganda

Uji ini dilakukan untuk memahami arah serta besarnya pengaruh variabel independen yang jumlahnya  $>1$  terhadap variabel dependennya.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.159	3.286		.049	.961
	PRO	.349	.076	.422	4.572	.000
	PEN	.160	.079	.179	2.036	.044
	ALS	.209	.076	.223	2.761	.007

LOK	.034	.101	.026	.338	.736
-----	------	------	------	------	------

a. Dependent Variable: MIN

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel *Coefficients* tersebut menunjukkan angka taksiran parameter model.

Dari tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut.

$$Y = 0,159 + 0,349 X_1 + 0,160 X_2 + 0,209 X_3 + 0,034 X_4$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, berikut merupakan uraiannya.

1. Konstanta sebesar 0,159 menyatakan bahwa jika variabel t variabel promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah dan lokasi dianggap konstan atau bernilai 0, maka minat akan bernilai sebesar 0,159 satuan.
2. Koefisien regresi pada variabel promosi sebesar 0,349 menyatakan bahwa apabila promosi meningkat sebesar satu satuan, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,349 satuan, dengan asumsi variabel independen lain bersifat tetap. Begitupun sebaliknya.
3. Koefisien regresi pada variabel prosedur pencairan pinjaman sebesar 0,160 menyatakan bahwa apabila prosedur pencairan pinjaman meningkat sebesar satu satuan, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,160 satuan, dengan asumsi variabel independen lain bersifat tetap. Begitupun sebaliknya.
4. Koefisien regresi pada variabel alasan syariah sebesar 0,209 menyatakan bahwa apabila alasan syariah meningkat sebesar satu satuan, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,209 satuan, dengan asumsi

variabel independen lain bersifat tetap. Begitupun sebaliknya.

5. Koefisien regresi pada variabel lokasi sebesar 0,034 menyatakan bahwa apabila lokasi meningkat sebesar satu satuan, maka minat akan mengalami peningkatan sebesar 0,034 satuan, dengan asumsi variabel independen lain bersifat tetap. Begitupun sebaliknya.

#### 4.2.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menggambarkan kesimpulan terkait populasi yang sedang diteliti. Hipotesis dibuat untuk pengujian dan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dapat melihat nilai signifikan masing-masing variabel independennya. Apabila nilai signifikan kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak. Apabila nilai signifikan lebih dari 0,05, maka  $H_0$  diterima.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	<i>Sig.</i>	Keputusan
Promosi	0,000	H1 diterima
Prosedur pencairan pinjaman	0,044	H2 diterima
Alasan syariah	0,007	H3 diterima
Lokasi	0,736	H4 ditolak

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.17, berikut merupakan uraiannya.

1. Hipotesis pertama menyatakan bahwa  $H_1$  = promosi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansinya ialah sebesar 0,000 dengan arah positif. Hal ini berarti nilai signifikan = 0,000 < 0,05. Dengan demikian  $H_1$  diterima, oleh karenanya dapat ditarik kesimpulan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dengan



arah positif.

2. Hipotesis kedua menyatakan bahwa H2 = prosedur pencairan pinjaman berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansinya ialah 0,044 dengan arah positif. Hal ini berarti nilai signifikan =  $0,044 < 0,05$ . Dengan demikian H2 diterima, oleh karenanya dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pencairan pinjaman berpengaruh terhadap minat nasabah dengan arah hubungan positif.
3. Hipotesis ketiga menyatakan bahwa H3 = alasan syariah berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansinya ialah 0,007 dengan arah positif. Hal ini berarti nilai signifikan =  $0,007 < 0,05$ . Dengan demikian H3 diterima, oleh karenanya dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah dengan arah hubungan positif.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa H4 = lokasi berpengaruh positif terhadap minat nasabah. Jika dilihat dari nilai signifikansinya ialah sebesar 0,736 dengan arah positif. Hal ini berarti nilai signifikan =  $0,736 > 0,05$ . Dengan demikian H4 ditolak, oleh karenanya dapat ditarik kesimpulan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.

### **4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data**

#### **4.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Nasabah**

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah diterima. Hal ini karena nilai signifikan =  $0,000 < 0,05$ .

Nilai signifikan 0,000 menandakan bahwa promosi berpengaruh terhadap minat nasabah.

Berdasarkan hasil diatas, diketahui juga bahwa arah hubungannya positif. Hal ini berarti apabila promosi yang dilakukan semakin tinggi oleh pihak pegadaian, maka minat nasabah cenderung lebih tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila promosi yang dilakukan pihak pegadian semakin rendah, maka minat yang dimiliki nasabah juga lebih sedikit.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pegadaian digunakan untuk untuk menarik minat nasabah. Promosi adalah strategi memberikan informasi kepada calon nasabah guna mempengaruhi minat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan sehingga meningkatkan permintaan produk yang ditawarkan. Promosi dianggap sebagai salah satu hal yang mendasari minat nasabah. Nasabah akan mulai mengenal tentang bagaimana pegadaian syariah serta produk yang ditawarkan melalui promosi yang dilakukan oleh pegadaian syariah. Dengan demikian promosi berpengaruh pada minat nasabah (Maghfirah and Nurdin 2019).

Promosi adalah salah satu faktor dalam proses pembelian ataupun penggunaan produk oleh nasabah. Sehingga para tenaga pemasaran dapat menggunakan promosi untuk menyampaikan informasi, keberadaan produk, keunggulan produk dan menarik minat calon nasabah terhadap suatu produk yang ditawarkan. Karena nasabah tidak akan tertarik terhadap suatu produk kecuali mereka telah mengetahui keberadaan dan keunggulan suatu produk tersebut. Oleh karena itu adanya promosi yang menarik yang dilakukan oleh Pegadaian Pasar

Kliwon khususnya dapat meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan Produk Arrum BPKB.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ruhaniah, Tanjung, and Hakiem (2021), Guspia Ningsih, Dayyan, and Nurjanah (2019), serta Pradana, Ukhriyawati, and Hasibuan (2015) menyatakan bahwa promosi berpengaruh pada minat nasabah.

#### **4.3.2 Pengaruh Prosedur Pencairan Pinjaman Terhadap Minat Nasabah**

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa prosedur pencairan pinjaman berpengaruh terhadap minat nasabah diterima. Hal ini karena nilai signifikan =  $0,005 < 0,05$ . Nilai signifikan 0,005 menandakan bahwa prosedur pencairan pinjaman berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB.

Berdasarkan hasil diatas, diketahui juga bahwa arah hubungannya positif. Hal ini berarti apabila prosedur pencairan pinjaman yang dimiliki nasabah semakin tinggi, maka minat nasabah cenderung lebih tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila prosedur pencairan pinjaman yang dimiliki nasabah sedikit, maka minat yang dimiliki nasabah juga lebih sedikit.

Prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah untuk melakukan gadai. Alasan tersebut karena kemudahan prosedur pencairan merupakan salah satu faktor penting untuk menarik minat nasabah. Semakin cepat pelayanan dan serta semakin mudah proses pencairannya maka minat nasabah semakin tinggi. Dengan demikian, prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah (Dewi 2016).

Faktor prosedur pencairan yang diukur melalui kemudahan persyaratan pengajuan produk Arrum BPKB yang ditetapkan pegadaian, kejelasan proses penilaian kredit yang dilakukan oleh pegawai pegadaian, kemudahan dan kecepatan proses pencairan kredit yang dilakukan oleh pegawai pegadaian dan realisasi kredit yang dilakukan oleh pegawai pegadaian merupakan suatu faktor yang menentukan keputusan nasabah dalam pengambilan produk Arrum BPKB pada Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon. Oleh karena itu adanya kemudahan prosedur kredit yang tidak memberatkan nasabah, minat menggunakan produk Arrum BPKB semakin tinggi.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan dengan hasil penelitian dari Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Huda, Sukidin, and Wahyuni (2019) menyatakan bahwa prosedur pencairan berpengaruh pada minat nasabah.

### **4.3.3 Pengaruh Alasan syariah Terhadap Minat Nasabah**

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah diterima. Hal ini karena nilai signifikan =  $0,044 < 0,05$ . Nilai signifikan 0,044 menandakan bahwa alasan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB.

Berdasarkan hasil diatas, diketahui juga bahwa arah hubungannya positif. Hal ini berarti apabila alasan syariah yang dimiliki nasabah semakin tinggi, maka minat nasabah cenderung lebih tinggi. Begitu juga sebaliknya, apabila alasan syariah yang dimiliki nasabah sedikit, maka minat yang dimiliki nasabah juga lebih sedikit.

Sesuai dengan namanya Pegadaian Syariah, prinsip serta sistem kegiatan yang digunakan pegadaian syariah seharusnya menggunakan prinsip syariah. Jika operasional pegadaian syariah tidak sesuai dengan prinsip syariah secara ideal dan cenderung lebih memberatkan daripada pegadaian konvensional maka nasabah pun akan berpaling dan tidak memilih pegadaian syariah sebagai lembaga keuangan. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah khususnya pegadaian syariah. Dengan demikian, alasan syariah berpengaruh pada minat nasabah (Amah 2017).

Pemilihan pegadaian syariah perlu diketahui karena adanya keyakinan yang kuat dikalangan masyarakat muslim bahwa bank konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang islam sedangkan pegadaian syariah tidak menerapkan atau menghindari unsur riba. Dengan mengacu pada al-qur'an dan hadist maka diharapkan bank syariah dapat menghindari praktek-praktek yang mengandung unsure riba dan bunga. Oleh karena itu, semakin tinggi religiusitas yang dimiliki nasabah maka nasabah tersebut akan menggunakan produk yang diakui kesyariatannya khususnya produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah. Dengan demikian, alasan syariah berpengaruh positif pada minat menggunakan Produk Arrum BPKB.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan dengan Polla, Mananeke, and Taroreh (2018) dan Saadah and Wisyananto (2018) yang menyatakan bahwa alasan syariah berpengaruh terhadap minat.

#### **4.3.4 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Nasabah**

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap

minat nasabah diterima. Hal ini karena nilai signifikan =  $0,736 > 0,05$ . Nilai signifikan 0,736 menandakan bahwa lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB.

Semakin canggihnya sistem lembaga keuangan saat ini khususnya di Pegadaian Syariah. Nasabah tidak terlalu memikirkan lokasi lembaga keuangan karena pencarian lokasi dapat dilakukan secara online dengan aplikasi Pegadaian Syariah Digital dan majunya sistem transportasi mempermudah nasabah menuju lokasi. Dengan demikian, lokasi lembaga keuangan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk lembaga keuangan (Fajar Fahrudin and Yulianti 2015).

Adanya kemajuan teknologi menyebabkan dimanapun lokasi dapat dengan mudahnya terjangkau melalui pencairan lokasi ataupun menggunakan transportasi online. Lokasi bukan suatu faktor utama yang menjadikan nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah cabang Pasar Kliwon namun faktor lain seperti halnya promosi yang ditawarkan, prosedur pencairan yang mudah, serta alasan syariah dibuktikan dengan berpengaruhnya faktor tersebut pada produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah. Oleh karena itu, lokasi tidak berpengaruh pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Fajar Fahrudin and Yulianti (2015) dan Irna, Situmorang, and Rahayu (2016) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh pada minat.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara empiris hubungan promosi, prosedur pencairan pinjaman, alasan syariah, dan lokasi pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Promosi berpengaruh secara positif pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Pasar Kliwon.
2. Prosedur pencairan pinjaman berpengaruh secara positif pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.
3. Alasan syariah berpengaruh secara positif pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.
4. Lokasi tidak berpengaruh pada minat nasabah menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut.

- 1 Adanya bias mungkin terjadi dalam penelitian ini karena data diperoleh

melalui kuesioner yang diisi oleh responden, dan ada kemungkinan beberapa responden tidak menjawabnya dengan sepenuh hati..

- 2 Data yang diolah dalam penelitian ini hanya berjumlah 110 responden.

### **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, terdapat beberapa saran perbaikan sebagai berikut.

1. Bagi peneliti selanjutnya, untuk mendapatkan hasil yang lebih baik pengisian kuisisioner sebaiknya didampingi secara langsung untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dan tidak ada kesalahan pengisian kuisisioner.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat memperluas sampel yang ada, bukan hanya pada nasabah Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon saja. Selain itu, juga dapat menambah variabel lain seperti variabel yang dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti faktor lingkungan, faktor keluarga, religiuisitas, dan lain sebagainya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Achwan, Arafike Fisabilia. 2018. "Analisis Perilaku Nasabah Asuransi Syariah." *Calyptra* 2(2): 1–12.
- Amah, Nik. 2017. "Determinan Minat Nasabah Pengguna Jasa Rahn Dan Ijarah Pada Kantor Cabang Pegadaian Syariah Madiun." *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* 2(2): 132–42.
- Aramiko, Sahri, Zuhrinal M Nawawi, and Nursantri Yanti. 2022. "Pengaruh Pengetahuan Dan Kesadaran Diri Terhadap Minat Membeli Produk Asuransi Kecelakaan Diri Syariah." *Jurnal Intelektiva* 3(5): 61–72.
- Azizah, Ulfa, and Arumega Zarefar. 2021. "The Effect of Retaliation, Negative Emotion, and Organizational Commitment On Individual Tendency To Do Whistleblowing." *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika* 11(1).
- Cahyadi, Made Andre, and Diatmika I Putu Gede. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Prosedur Kredit Dan Promosi Terhadap Keputusan Umkm Melakukan Pinjaman Kredit Pada Lembaga Keuangan Bukan Bank (Lkbb) Di Kecamatan Buleleng." *JIMAT (Jurnal Ilmiah ...)* (1): 895–905. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/view/35159>.
- Devi, Ni Luh Putu Yasinta, Ni Putu Nita Anggraini, and I gede Yudi Hendrawan. 2018. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah PT. Asuransi Allianz Life Genteng Biru Agency." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.: 10–27. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Dewi, Ade Septevany. 2016. "Pengaruh Jumlah Nasabah, Tingkat Suku Bunga Dan Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Pada PT Pegadaian Di Cabang Samarinda Seberang Kota Samarinda." *Jurnal Ekonomi dan keuangan* Volume 13,(2): 1–11. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL/article/download/1175/101>.
- Fajar Fahrudin, Muhammad, and Emma Yulianti. 2015. "Pengaruh Promosi, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya." *Journal of Business & Banking* 5(1): 149.
- Febrian, Wenny Desty. 2018. "Analisis Pendapatan Masyarakat Dan Bagi Hasil (Mudharabah) Terhadap Minat Masyarakat Menabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru." *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah* 1(2): 111–27.
- Ghozali, Imam. 2013. "Multivariate Analysis Application with SPSS Program." *Semarang: Diponegoro University Publishing Agency*.
- . 2016. "Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25." *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro* 490.
- Guspia Ningsih, Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, and Nurjanah Nurjanah. 2019. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat

- Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat.” *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 3(1): 87–110.
- Hanafi, and Lusiana Ayu Agustina. 2021. “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Produk Dan Promosi Terhadap Niat Masyarakat Dalam Berasuransi Syariah (Studi Pada Desa Kabandungan Kabupaten Sukabumi).” *Jurnal Syar’insurance (SIJAS)* 7(1): 11–24.
- Handayani, Tati, Fitri Yetty, and Prima Dwi Priyatno. 2020. “Apa Pertimbangan Masyarakat Berasuransi Syariah Di Jabodetabek?” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam* 8(1): 39–54.
- Hasanuddin, M. 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Penjualan Logam Mulia Emas.” *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen UNSRAT* 4(1): 128464.
- Huda, Badrul, Sukidin Sukidin, and Sri Wahyuni. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Mengambil Kredit Pada Pt. Bank Perkreditan Rakyat Sukowono Arthajaya Jember.” *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial* 13(1): 87.
- Huriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta Husein.
- Imran, and Bambang Hendrawan. 2017. “Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah.” *Jurnal of Business Administration* 1(2): 209–18.
- Irna, Elina R Situmorang, and Yuyun P Rahayu. 2016. “Motif Pengambilan Kredit Pada PT. Pegadaian Di Kabupaten Manokwari.” *Jurnal Sosio Agri Papua* 5(1).
- Khoirani, Khoirani. 2020. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Pendidikan Berasuransi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Bogor.” *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 6(1): 42.
- Maghfirah, Laila, and Ridwan Nurdin. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Produk Rahn Pada Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pada Kantor Pusat Pegadaian Syariah Kota Banda Aceh).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam* 1(1): 109–26. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKI/article/view/13022>.
- Muftifiandi. (2015). Peran Pembiayaan ARRUM bagi UMKM pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Simpang Patal Palembang. *Jurnal IFinance*, Vol. 1(No.1).
- Mukti, Rakrian, and Andri Octaviani. 2019. “Pengaruh Pelayanan, Religiusitas, Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank Bri Syariah Cabang Palur Karanganyar).” *Pengaruh Pelayanan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung 2019 (Studi Kasus Bank BRI Syariiiah Cabang Palur Karanganyar)* 1: 145–60.

- Nisfi, L. (2016). Pengaruh Pembiayaan Arrum Pegadaian Syariah Terhadap Pendapatan Umkm Nasabah Dan Pendapatan Pegadaian Syariah (Studi Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Pegadaian Syariah Landungsari Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*.
- Polla, Febriano Clinton, Lisbeth Mananeke, and Rita N Taroreh. 2018. “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea.” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6(4): 3068–77.
- Pradana, Ferian Anugrah, Catur Fatchu Ukhriyawati, and Rahman Hasibuan. 2015. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Di Pegadaian Kota Batam.” *Jurnal Bening Unrika*: 1–22.
- Pradesyah, Riyan. 2020. “Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah.” *Jurnal Ekonomi Islam* 1(2): 113–22.
- Putrawardana, Nana, Israk Ahmadsyah, and Mukhdasir. 2021. “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Jaminan Rasa Aman, Dan Pendapatan Minat Menabung Di Bank Syariah.” *Global Journal of Islamic Banking and Finance*: 158–72.
- Rahmawati, Arti Lina, and Kurniawati Mutmainah. 2020. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Gadai Di Pegadaian Syariah ( Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Kebondalem Magelang ).” *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol.* 1(2): 1–12.
- Ruhaniah, Nia, Hendri Tanjung, and Hilman Hakiem. 2021. “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Dan Implementasi Syariah Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Pegadaian Syariah.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5(1): 60–69.
- Saadah, Alamatus, and Arief Wisyananto. 2018. “Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Memilih Bank Syariah.” *Maslahah* 9(2): 43-53. Diakses Juli, 28, 2021. <http://jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/maslahah/article/view/2741>.
- Septiani, Fauziah. 2018. “Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Minat Beli (Pada PT. Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta).” *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Humaniora* 1(2): 399–415.
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D)*. Alfabeta Bandung.
- . 2017b. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, Clifen A.A, Altje L. Tumbel, and Irvan Trang. 2016. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Remaja Jaya Mobilindo Manado.” *Jurnal EMBA* 4(3): 209–21.
- Suranda, Romy, and Agustina Mutia. 2019. “Berasuransi Syariah Di Kalangan

- Masyarakat Kelurahan Pasir Putih Jambi.” *INNOVATIO: Journal for Religious Innovation Studies* 19(2): 115–30.
- Swastawan, Doni, and Yulianita Dewi. 2021. “Pengaruh Tingkat Pendapatan , Suku Bunga , Religiusitas , Dan Financial Attitude Terhadap Minat Menabung Untuk Beryadnya Pada Masyarakat Desa Tajun.” *Jurnal Ilmiah AKuntansi dan Humanika* 11(2): 206–15.
- Syifa and Nawani (2023). Analisis Peran Pembiayaan Ar-rum BPKB oleh Pegadaian Syariah terhadap Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah: Studi Kasus Pegadaian Syariah Cabang Ar-Hakim Medan. Vol 4 No 1 (2023) 204 - 217
- Ubaidillah, Hisyam Lathif, and Nadia Asandimitra. 2018. “Pengaruh Demografi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Masyarakat Di Kabupaten Sidoarjo.” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 7(1): 242–49.
- Yulinda, Hesty, Purna Lestari, and Rizal Hari Magnadi. 2017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Mengambil Pembiayaan Pada Bmt Al Halim Temanggung.” *Diponegoro Journal of Management* 6(1): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Yusta, Oggy, Machasin, and Any Widayatsari. 2021. “Pengaruh Promosi , Service Quality , Brand Image Dan Consumer Trust Terhadap Purchase Decision Polis Asuransi Di PT . Asuransi Jasa Indonesia ( Persero ) Cabang Pekanbaru.” *Jurnal Daya Saing* (6).

## LAMPIRAN

### 1. Kuisisioner

Kepada Yth :

Bapak/ibu/sdr/i Nasabah Arrum BPKB  
Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penulisan laporan skripsi pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta dengan judul **“Pengaruh Promosi, Prosedur Pencairan Pinjaman, Alasan Syariah, dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon”**

Maka penulis bermaksud mengumpulkan data dalam bentuk kuesioner. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari akan kesibukan Bapak/ibu/sdr/i sekarang ini. Namun demikian, penulis mengharapkan kesediaan Bapak/ibu/sdr/i untuk dapat membantu kelancaran penyusunan laporan ini dengan mengisi jawaban dikolom jawaban dari pernyataan yang ada pada kuesioner ini.

Atas perhatian dan kesediaannya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga apa yang Bapak/ibu/sdr/i berikan dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis,

ALDI BAGUS PERNANDA

### **Data Pribadi Responden**

Nama lengkap : .....

2. Jenis Kelamin :Pria / Wanita

3. Umur : .....Tahun

4. Status : Kawin/ Belum Kawin

5. Pendidikan Terakhir: .....

#### **Petunjuk pengisian Kuesioner :**

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan baik dan teliti.
2. Pilih salah satu jawaban yang paling tepat menurut Bapak/ Ibu. Yaitu dengan cara memberi tanda *check list* (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

#### **Keterangan Jawaban Kuesioner :**

- |                              |                 |
|------------------------------|-----------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot nilai = 1 |
| 2. Tidak Setuju (TS)         | bobot nilai = 2 |
| 3. Netral (N)                | bobot nilai = 3 |
| 4. Setuju (S)                | bobot nilai = 4 |
| 5. Sangat Setuju (SS)        | bobot nilai = 5 |

Isilah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pilihan anda :

### Bagian 1

#### Kuesioner Minat Menggunakan Produk Arrum BPKB

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya selalu menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah saat melakukan peminjaman.					
2	Saya akan atau pernah merekomendasikan produk Arrum BPKB Pegadaian Syariah kepada orang-orang di sekeliling saya pada saat membutuhkan peminjaman.					
3	Saya suka mengajak orang lain untuk menggunakan produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah					
4	Bagi saya ini Pegadaian Syariah adalah lembaga keuangan syariah terbaik.					
5	Saya selalu mencari informasi yang positif mengenai Pegadaian Syariahh terutama produk Arrum BPKB.					
6	Saya selalu mendiskusikan kelebihan Pegadaian Syariah terutama produk Arrum BPKB.					

### Bagian 2

#### Kuesioner Mengenai Promosi

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya pernah melihat atau membaca iklan mengenai produk Arrum BPKB di pegadaian syariah dari brosur					
2	Saya pernah melihat atau membaca iklan mengenai produk Arrum BPKB di pegadaian syariah melalui spanduk di jalan					
3	Saya pernah melihat atau membaca iklan mengenai produk Arrum BPKB di pegadaian syariah melalui sosial media					
4	Saya tertarik menabung di produk Arrum BPKB di pegadaian syariah karena termotivasi oleh informasi yang diberikan oleh petugas pegadaian syariah.					
5	Adanya pemberian hadiah bagi calon peserta yang ingin melakukan peminjaman di produk Arrum BPKB di pegadaian					



	syariah					
6	Pegadaian syariah mengikuti atau mengadakan pameran untuk menarik calon peserta untuk menggunakan produk Arrum BPKB.					
7	Saya tertarik menabung di produk Arrum BPKB di pegadaian syariah karena mengadakan atau mengikuti kegiatan-kegiatan sosial					
8	Karyawan produk Arrum BPKB di pegadaian syariah memberikan penjelasan secara rinci mengenai informasi produk tersebut.					
9	Karyawan pegadaian syariah ramah dalam menyampaikan informasi					

### Bagian 3

#### Kuesioner Mengenai Prosedur Pencairan

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Peminjaman yang saya terima sesuai dengan kesepakatan awal perjanjian.					
2	Saya tidak mengalami hambatan dalam proses pencairan dana peminjaman.					
3	Saya dapat dengan mudah mengajukan permohonan peminjaman meskipun dana yang diajukan terbilang kecil.					
4	Saya dapat dengan mudah memahami prosedur pengambilan peminjaman yang ditetapkan oleh pegadaian syariah.					
5	Pelaksanaan prosedur peminjaman pada pegadaian syariah tergolong cepat.					
6	Proses pencairan dana peminjaman oleh pegadaian syariah yang diajukan nasabah terbilang cepat.					
7	Persyaratan peminjaman yang diterapkan oleh pegadaian syariah tidak berbelit-belit.					
8	Persyaratan yang harus dipenuhi untuk mengambil peminjaman sulit dilaksanakan.					

### Bagian 4

### Kuesioner Mengenai Alasan Syariah

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui tentang produk Arrum BPKB Pegadaian Syariah sesuai dengan syariat agama islam.					
2	Produk Arrum BPKB Pegadaian Syariah merupakan produk yang dijalankan tidak bertentangan dengan hukum islam.					
3	Saya mengetahui bahwa produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah merupakan produk yang halal.					
4	Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah merupakan tempat peminjaman uang secara syariah dan tidak sama dengan lembaga keuangan konvensional.					
5	Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah menggunakan akad-akad syariah.					
6	Dalam kontrak akad produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah tidak menggunakan sistem bunga.					

### Bagian 5

#### Kuesioner Mengenai Lokasi

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dari rumah saya ke lokasi pegadaian syariah mudah dijangkau					
2	Lokasi pegadaian syariah mudah dijangkau oleh sarana transportasi dan dekat dengan jalan raya					
3	Menurut saya lokasi pegadaian syariah dekat dengan pusat perbelanjaan dan kota					
4	Lokasi pegadaian syariah dekat dengan pemberhentian angkutan umum					









X2.6	Pearson Correlation	.282	.024	.602**	.125	.526*	1	.127	.247	.534**
	Sig. (2-tailed)	.131	.900	.000	.509	.003		.504	.189	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.640*	.375*	.195	.468*	-.058	.127	1	.409*	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.041	.301	.009	.759	.504		.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.173	.490*	.301	.589*	.261	.247	.409*	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.360	.006	.107	.001	.163	.189	.025		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.714*	.675*	.685**	.669*	.508*	.534*	.646**	.687*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.002	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.584**	.339	.576**	.584**	.513**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.001	.067	.001	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.584**	1	.279	.481**	.544**	.290	.708**
	Sig. (2-tailed)	.001		.135	.007	.002	.121	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.339	.279	1	.399*	.369*	.356	.611**
	Sig. (2-tailed)	.067	.135		.029	.045	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.576**	.481**	.399*	1	.626**	.486**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.001	.007	.029		.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.584**	.544**	.369*	.626**	1	.469**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.045	.000		.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.513**	.290	.356	.486**	.469**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)							
	N	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.004	.121	.053	.006	.009		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	.810**	.708**	.611*	.818**	.804**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.561**	.339	.488**	.574**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.001	.067	.006	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.561**	1	.199	.262	.698**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.001		.292	.162	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.339	.199	1	.607**	.290	.662**
	Sig. (2-tailed)	.067	.292		.000	.120	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.488**	.262	.607*	1	.625**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.006	.162	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	.574**	.698**	.290	.625**	1	.831**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.120	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	.784**	.716**	.662*	.784**	.831**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## 4. Hasil Uji Reabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	8

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	6

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

## 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MIN	110	13	30	23.91	3.804
PRO	110	27	45	36.11	4.600
PEN	110	24	40	32.16	4.237

ALS	110	15	30	25.60	4.057
LOK	110	15	25	19.55	2.888
Valid N (listwise)	110				

## 6. Hasil Uji Normalitas

N	110	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89971441
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.057
	Negative	-.077
Test Statistic	.077	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.112 <sup>c</sup>	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

## 7. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.159	3.286		.049	.961		
PRO	.349	.076	.422	4.572	.000	.651	1.536
PEN	.160	.079	.179	2.036	.044	.719	1.391
ALS	.209	.076	.223	2.761	.007	.852	1.174
LOK	.034	.101	.026	.338	.736	.949	1.054

a. Dependent Variable: MIN

## 8. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.986	1.741		1.715	.089
PRO	-.053	.040	-.156	-1.315	.191
PEN	.079	.042	.214	1.901	.060
ALS	-.028	.040	-.073	-.709	.480
LOK	-.024	.053	-.044	-.446	.657

a. Dependent Variable: RESABS

## 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 <sup>a</sup>	.419	.397	2.954

a. Predictors: (Constant), LOK, PRO, ALS, PEN

b. Dependent Variable: MIN

## 10. Hasil Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	660.581	4	165.145	18.920	.000 <sup>b</sup>
	Residual	916.509	105	8.729		
	Total	1577.091	109			

a. Dependent Variable: MIN

b. Predictors: (Constant), LOK, PRO, ALS, PEN

## 11. Hasil Uji Regresi Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.159	3.286		.049	.961

PRO	.349	.076	.422	4.572	.000
PEN	.160	.079	.179	2.036	.044
ALS	.209	.076	.223	2.761	.007
LOK	.034	.101	.026	.338	.736

a. Dependent Variable: MIN

## 12. Hasil Cek Turnitin

ORIGINALITY REPORT		
15%	10%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS
		9%
		STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES		
1	Submitted to Educational Service District 105 Student Paper	3%
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
3	ejurnalunsam.id Internet Source	2%
4	repositori.umsu.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Islam Lamongan Student Paper	1%
6	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	1%
7	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
9	media.neliti.com Internet Source	1%



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

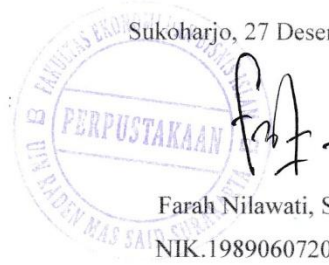
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id  
 – Email: [info@iain-surakarta.ac.id](mailto:info@iain-surakarta.ac.id).

**SURAT KETERANGAN TURNITIN**

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Aldi Bagus Pernanda  
 NIM : 175231123  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Prosedur Pencairan Pinjaman Alasan Syariah Dan Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Arrum BPKB di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Kliwon  
 Paper ID : 2120308202  
 Date : 27 Desember 2023, 02:02 PM  
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 18%

Sukoharjo, 27 Desember 2023



Farah Nilawati, S.Sos.I

NIK.198906072018102003

**LAMPIRAN**

Muna\_Aldi PBS  
 ORIGINALITY REPORT

18%	15%	5%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
<b>PRIMARY SIMILARITY</b>			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id	Internet Source	5%
2	www.jim.unsyiah.ac.id	Internet Source	2%
3	Submitted to IAIN Pontianak	Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Islam Lamongan	Student Paper	1%
5	repository.radenintan.ac.id	Internet Source	1%
6	e-journal.unmas.ac.id	Internet Source	1%
7	innovatio.pasca.uinjambi.ac.id	Internet Source	1%
8	www.journal.unrika.ac.id	Internet Source	1%
9	Submitted to Universitas Pamulang	Student Paper	1%
<b>SECONDARY SIMILARITY</b>			
10	eprints.uny.ac.id	Internet Source	<1%
11	Submitted to Universitas Bangka Belitung	Student Paper	<1%
12	ejournalLundiksha.ac.id	Internet Source	<1%
13	eprints.radenfatah.ac.id	Internet Source	<1%