

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Obyek Penelitian

#### 1. Gambaran Pegadaian Syari'ah Kudus

##### a. Sejarah Berdirinya Pegadaian Syari'ah Kudus

Perum Pegadaian merespon adanya surat edaran fatwa mengenai sistem pegadaian yang dikeluarkan DSN-MUI tentang haramnya riba. Maka produk gadai membenahi dan memversifikasi dengan mendirikan beberapa Unit Layanan Gadai Syari'ah (ULSG). Selain itu Perbankan syari'ah telah gencar-gencarnya meluncurkan produk gadai berdasarkan Undang-Undang No.10 tahun 1998 tentang perbankan syari'ah, yang intinya menyatakan perbankan syari'ah boleh mendirikan usaha rahn (gadai). Hal tersebut juga menjadi alasan dalam rangka membentengi Perum Pegadaian terhadap persaingan pangsa pasar yang ketat dari perbankansyari'ah.<sup>100</sup> Untuk mensikapi persaingan khususnya dalam pelayanan Pegadaian Syari'ah, Bank Muamalat Indonesia mengajak Perum Pegadaian untuk berkolaborasi mendirikan Pegadaian Syari'ah.

Pada tahun 2002, dibuat nota kesepahaman antara Perum Pegadaian dengan Bank Muamalat Indonesia. Kontrak ditandatangani pada 20 Desember 2002 dengan nomor 446/Sp 300.233/2002 dan 015/BMI/PKS/XII/2002. Bank Muamalat Indonesia telah menandatangani perjanjian tambahan modal dengan Perum Pegadaian dalam bentuk advisory financing sebesar Rp40.000.000.000. Kemudian pada tanggal 14 Januari 2003, Pegadaian Syariah resmi berdiri dengan nama Unit Pelayanan Gadai Syari'ah (ULSG) yaitu Panitia Pegadaian Nomor: 06.A/UL.3.00.22.3/2003 Syariah. manual operasi untuk unit layanan penyimpanan. Pada tahun 2008, perjanjian kerjasama dengan Bank Muamalat Indonesia berakhir. Modal yang dipinjam dalam bentuk Dana Musyarakah telah dilunasi. Saat ini Perum Pegadaian bekerja sama dengan Bank Syari'ah Mandiri dengan tambahan modal 50,000,000,000. Bank Syariah Mandiri menawarkan tarif yang lebih rendah untuk memungkinkan penurunan suku bunga Ijarah.<sup>101</sup>

---

<sup>100</sup> Data Dokumentasi yang dikutip peneliti dari Pegadaian Syari'ah Jepara tanggal 08 Januari 2022

<sup>101</sup> Data Dokumentasi yang dikutip peneliti dari Pegadaian Syari'ah Jepara tanggal 08 Januari 2022

Pembentukan pegadaian syari'ah ini juga berdasarkan pada fatwa DSN No.25/DSN MUI/III/2002 tentang rahn dan fatwa DSN No.26/DSN MUI/III/2002 tentang rahn emas. Konsep koperasi pegadaian syari'ah mengacu pada sistem administrasi modern yaitu azas rasionalitas, efisiensi dan efektifitas yang diselaraskan dengan nilai Islam. Fungsi operasi pegadaian syari'ah itu sendiri dijalankan oleh Kantor-kantor Cabang Pegadaian Syari'ah / ULGS sebagai unit organisasi dibawah binaan Divisi Usaha lain Perum Pegadaian. Namun, baru pada awal tahun 2004 Perum Pegadaian memisahkan Pegadaian Syari'ah kedalam divisi tersendiri yaitu Divisi Usaha Syari'ah serta menjadikan setiap cabangnya sebagai binaan Kantor Wilayah (Kanwil) Perum Pegadaian. Selain itu, Perum Pegadaian juga telah memiliki Dewan Pengawas Syari'ah (DPS) sendiri yang berguna untuk memberikan pengarahan dan pengawasan terhadap kehalalan produk yang diluncurkan. Sebelum menjadi perseroan, pegadaian sudah beberapa kali mengalami perubahan status, yaitu dari Perusahaan Negara (PN) pada tanggal 1 Januari 1961 berubah menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) berdasarkan PP Nomor 7 Tahun 1969, dan selanjutnya berdasarkan PP Nomor 10 Tahun 1990 (diperbaharui dengan PP Nomor 103 Tahun 2000) berubah lagi menjadi Perusahaan (Perum). Pada tahun 2011, berdasarkan PP Nomor 51 Tahun 2011, tanggal 13 Desember 2011, badan hukum pegadaian berubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Pendirian Pegadaian (Persero) dilakukan oleh Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sehingga termasuk ke dalam kelompok BUMN.

PT. Pegadaian (Persero) Cabang Syari'ah Pasar Ngabul Jepara atau Cabang Pelayanan Syari'ah (CPS) Pasar Ngabul Jepara telah berdiri selama kurang lebih 11 tahun. Pelaksanaan kegiatan operasionalnya sudah berjalan sejak tahun 2006. CPS Pasar Ngabul Jepara merupakan pegadaian berbasis syari'ah yang pertama kali berdiri di area Pati. Di area Pati hanya terdapat satu CPS yaitu CPS Pasar Ngabul yang berada di kabupaten Jepara. Jadi, CPS pasar Ngabul merupakan kantor cabang area Pati yang membawahi UPS (Unit Pelayanan Syari'ah) di area Pati yang meliputi Pati, Kudus, Jepara, Grobogan dan Demak. Sedangkan di area Pati yang lain seperti Rembang dan Blora belum ada Unit Pelayanan Syari'ah.

Sejak awal berdiri, CPS Pasar Ngabul telah menjadi cabang yang membawahi unit-unit. Namun, pada tahun 2008,

terjadi perubahan status yang semula CPS menjadi UPS Pasar Ngabul. Sedangkan cabangnya berganti di Ronggolawe Kudus yang juga baru berdiri pada tahun tersebut. Perubahan status terjadi karena pegadaian syari'ah di Ronggolawe Kudus tempatnya lebih strategis. Pada tahun 2014 tepatnya di bulan Februari, terjadi perubahan status kembali. Unit Pelayanan Syari'ah Pasar Ngabul berganti status kembali menjadi cabang sampai sekarang. Adanya perubahan status disebabkan omset Pasar Ngabul yang lebih besar dari pegadaian syari'ah yang berada di Ronggolawe Kudus. Pemberian nama Pasar Ngabul berdasarkan letak pegadaian syari'ah yang berada di kawasan Pasar Ngabul lama tepatnya di jalan Pasar Ngabul blok no. 1. Penentuan letak lokasi CPS Pasar Ngabul dipilih dengan berbagai pertimbangan. Lokasi tersebut merupakan lokasi yang strategis, berada di area pasar, dekat dengan perumahan warga dan berada di jalur Jepara-Kudus. Pada awal pembukaanya, CPS Pasar Ngabul langsung ramai didatangi banyak orang. Orang-orang banyak yang tertarik untuk menggadaikan barang dan menggunakan produk-produk yang ada di CPS Pasar Ngabul<sup>102</sup>

Jadi, Pegadaian Syari'ah Ronggolawe yang terdapat di Kudus merupakan pegadaian unit dari Pegadaian Syari'ah Pasar Ngabul Jepara. Dikarenakan adanya omset Pasar Ngabul yang lebih besar dari pegadaian syari'ah yang berada di Ronggolawe Kudus. Maka, Pegadaian Syari'ah Ronggolawe Kudus sebagai Pegadaian Unit Pelayanan Syari'ah Ronggolawe yang dibawah naungan pelaksanaan perusahaan Pegadaian Syari'ah Pasar Ngabul Jepara. Pegadaian Unit Pelayanan Syari'ah Ronggolawe Kudus Lokasi dan tempat terletak sebagai berikut :

Nama Unit : Pegadaian Unit Pelayanan Syari'ah Ronggolawe  
 Lokasi : Komplek Ruko Ronggolawe No. 17A  
 Alamat : JL Ronggolawe, Getas Pejaten, Ruko  
 Ronggolawe No. 17 A, Kudus, Jawa Tengah,  
 Indonesia  
 No. Telp. : 0291438990

---

<sup>102</sup> Data dokumentasi yang dikutip peneliti dari Pegadaian Syari'ah Jepara tanggal 08 Januari 2022

**b. Visi dan Misi Pegadaian Syari'ah Kudus**

1) Visi Pegadaian:

“Sebagai solusi bisnis terpadu terutama berbasis gadai yang selalu menjadi market leader dan mikro berbasis fidusia selalu menjadi yang terbaik untuk masyarakat”.

Dari visi pegadaian diatas dapat dijelaskan artinyasebagai berikut:

- a) Modern,dilihatdari kondisi, sarana dan prasarana sistem kerja. Sebagaimana halnya sebuah perkantoran yang modern. Modern jugadiartikan mampu menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern atau mampu memberi solusi bagi masalah ekonomi masyarakat yang hidup dizaman modern seperti sekaran gini.
  - b) Dinamis, dicerminkan dari sikap dan perilaku seluruh pegawai dalam hal kecepatan pelayanan dan kemampuan menyesuaikan diri dengan perusahaan yang tertumpu pada peningkatan keterampilan, sikap yang lebih komunikatif, efisien dan integritas yang tinggi. Dinamis juga berarti harus semakin mampu merespon dengan cepat kebutuhan konsumen baik internal maupun eksternal.
  - c) Inovatif,tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menyempurnakan produk yang sudah ada dan menciptakan berbagai macam produk-produk baru yang menguntungkan. Selain itu, sistem dan prosedur harus selalu diperbaiki dan disempurnakan. Oleh karenanya,dimasa depan pegadaian diharapkan dapat tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan yang solid.
- 2) Misi Pegadaian adalah sebagai berikut:
- a) Memberikan pembiayaan syari'ah yang tersepat, termudah, aman dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan menengah ke bawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.
  - b) Memastikan pemerataan pelayanan dan infrastruktur yang memberikan kemudahan dan kenyamanan diseluruh pegadaian dalam mempersiapkan diri menjadi pemain regional dan tetap menjadi pilihan utama masyarakat.
  - c) Membantu pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat golongan menengah kebawah

dan melaksanakan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya perusahaan.<sup>103</sup>

**c. Budaya Pegadaian Syari'ah Kudus**

Pegadaian syari'ah didalam tindakan operasionalnya sehari-hari mempunyai budaya perusahaan yang diaktualisasikan kedalam bentuk symbol atau maskot si INTAN yang bermakna:<sup>6</sup>

a. Inovatif

Penuh gagasan (kreatif),aktif dan menyukai tantangan.

b. Nilai moral tinggi

Taqwa, jujur, berbudi luhurdan royal.

c. Terampil

Menguasai pekerjaan, tanggap, cepat dan akurat.

d. Adi Layanan

Sopan, ramah, berkepribadian dan simpatik.

e. Nuansa Citra Berorientasi

Bisnis mengutamakan kepuasanpelanggan untuk selalu berusaha mengembangkan diri

Makna yang terkandung dalam maskot si INTAN adalah: Kepala yang berbentuk berlian memberi makna bahwa pegadaian mengenal batu intan sudah puluhan tahun. Intan tidak lebih dari sebuah bongkahan batu yang diciptakan alam dari sebuah proses yang memakan waktu ratusan tahun lamanya. Kekerasannya menjadikan ia tidak dapat tergores dari benda lain.Tetapi ia juga dapat dibentuk menjadi batu yang sangat cemerlang (*brilliant*).

Dengan kecermelangan itulah, kemudian ia disebut berlian. Karakteristik batu intan itu diharapkan terdapat juga di dalam setia pinsan pegadaian. Sikap tubuh dengan tangan terbuka dan wajah tersenyum memberi makna sikap seorang pelayan yang selalu siap memberikan pelayanan prima kepada siapa saja. Sedangkan rompi warna hijau memberikan makna keteduhan sebagai insan pegadaian.

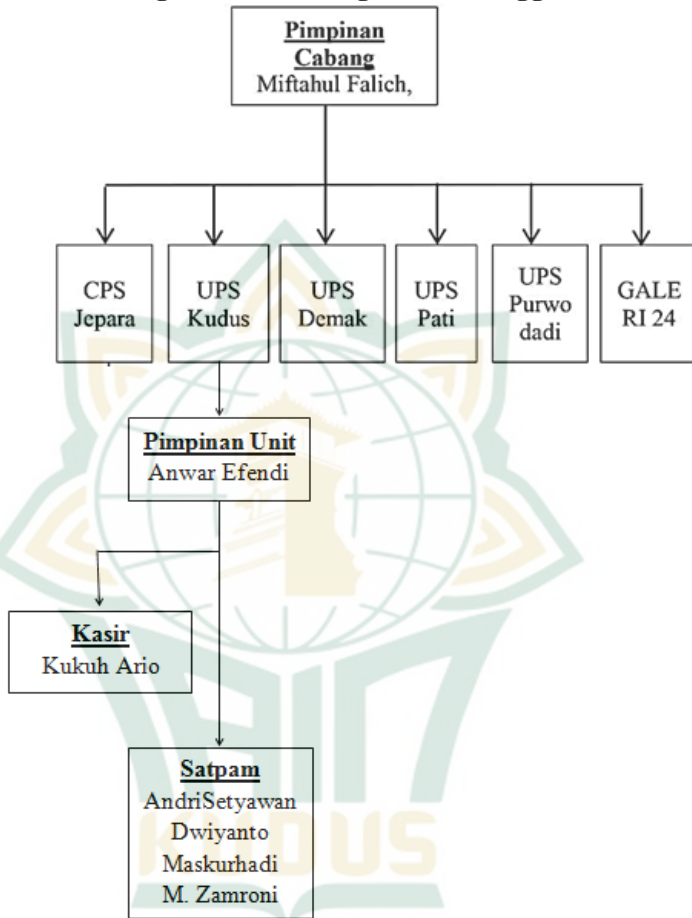
---

<sup>103</sup> Data Dokumentasi yang dikutip peneliti dari Pegadaian Syari'ah Jepara tanggal 08 Januari 2022

**d. Struktur Organisasi Pegadaian Syari’ahKudus**

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi UPS Pegadaian Ronggolawe Kudus**



Pegadaian Syari’ah Jepara yang terletak di jalan Raya Kudus Jepara Ngabul merupakan tingkatan kantor cabang kelas III yang masih dibina oleh Kantor Wilayah Perum Pegadaian sesuai dengan tempat kedudukan kantor cabang tersebut. Struktur organisasi Kantor Cabang Pegadaian Syari’ah adalah sesuai dengan Surat Keputusan Direksi Perum Pegadaian No. 1095/SDM.200322/2004, tanggal 28 April 2004 antara lain:

- 1) Manajer Cabang, bertugas mengelola operasional cabang yaitu menyalurkan uang pinjaman (Qardh) secara hukum

gadai yang didasarkan pada penerapan prinsip syariat Islam. Disamping itu, Pimpinan Cabang juga melaksanakan usaha-usaha lain yang telah ditentukan oleh manajemen serta mewakili kepentingan perusahaan dalam hubungan dengan pihak lain.

- 2) Penaksir, bertugas menaksir marhun (barang jaminan) untuk menentukan mutu dan nilai barang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mewujudkan penetapan taksiran dan uang pinjaman yang wajar serta citra baik perusahaan.
- 3) Kasir, bertugas melakukan penerimaan, penyimpanan dan pembayaran serta pembukuan sesuai dengan ketentuan yang berlaku untuk kelancaran pelaksanaan operasional Kantor Cabang.
- 4) Pemegang Gudang, bertugas melakukan pemeriksaan, penyimpanan, pemeliharaan dan pengeluaran serta pembukuan marhun selain barang kantong sesuai dengan peraturan yang berlaku dalam rangka ketertiban dan keamanan serta keutuhan marhun.
- 5) Penyimpan barang jaminan, bertugas mengelola gudang marhun emas dengan menerima, menyimpan, merawat, mengeluarkan dan mengadministrasikannya sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam rangka mengamankan serta menjaga keutuhan barang milik rahin (Penggadai).
- 6) Keamanan, bertugas mengamankan harta perusahaan dan rahindalam lingkungan kantor dan sekitarnya.
- 7) Staf, bertugas memelihara kebersihan, keindahan, kenyamanan gedung ruang kerja, mengirim dan mengambil surat/dokumen untuk menunjang kelancaran tugas administrasi dan tugas operasional Kantor Cabang.<sup>104</sup>

**e. Produk-Produk yang dihasilkan Pegadaian Syari'ah Jepara**

1) Produk Pembiayaan Pegadaian Syari'ah :

a) *Ar-Rahn* (Gadai Syari'ah)

Usaha pokok dari kegiatan Pegadaian Syari'ah adalah menyalurkan Marhun bih dalam jumlah skala kecil dengan jaminan harta bergerak maupun tidak bergerak atas dasar hukum gadai Islam. Hal ini sesuai dengan Fatwa Dewan Syari'ah Nasional No. No.25/DSN-MUI/III/2002 tentang Rahn, tanggal 26 Juni 2002 dan No.26/DSN- MUI/III/2002 tentang Rahn Emas, tanggal

---

<sup>104</sup> Data Dokumentasi yang dikutip peneliti dari Pegadaian Syari'ah Jepara tanggal 08 Januari 2022

28 Maret 2002. Dimana Rahin menyerahkan harta bergerak/tidak bergerak sebagai jaminan sekaligus memberi kuasa kepada pegadaian syari'ah untuk menjual/melelang (secara syari'ah) jika setelah jatuh tempo rahin tidak mampu/bersedia melunasinya. Hasil lelang digunakan untuk melunasi pinjaman pokok ditambah jasa simpan dan biaya lelang. Kelebihannya diserahkan kepada rahin, sedangkan kalau kurang menjadi resiko pegadaian.

Gadai Syari'ah merupakan produk dengan menggunakan sistem penyaluran pinjaman secara gadai yang didasarkan pada penerapan sistem syari'ah Islam. Nasabah tidak dikenai bunga pinjaman ataupun sewa modal atas pinjaman yang diberikan. Nasabah dikenakan biaya administrasi dan jasa simpan yang dipungut dengan alasan agunan yang diserahkan nasabah wajib disimpan, dirawat dan diansuransikan. Pegadaian Syari'ah Cabang Jepara sementara hanya menerima barang jaminan berupa emas/perhiasan. Hutang dapat diangsur sesuai kemampuan dan masa simpan dapat diperpanjang dengan membayar jasa simpan dan bea administrasi.

b) *Ar-Rum* (Ar-Rahn untuk Usaha Mikro Kecil)

Pegadaian Syari'ah merupakan suatu institusi yang mengelola usaha gadai, tetapi lebih luas dari itu menjadi institusi yang mengelola usaha pembiayaan mikro kecil berbasis sistem syari'ah. Sebagai langkah awal untuk mengimplementasikan gagasan ini, maka skim pembiayaan dengan sistem Ar-Rahn, kini mulai dicoba untuk dikembangkan dengan konsep pelunasan pinjaman secara angsuran baik dengan cara gadai (menahan agunan) maupun fidusia (hanya dokumen kepemilikan barang yang ditahan).

Ar-Rahn untuk usaha mikro kecil, selanjutnya disebut skim ARRUM adalah skim pemberian pembiayaan berprinsip syari'ah bagi para pengusaha mikro dan kecil untuk keperluan usaha yang didasarkan atas kelayakan usaha. Surat Edaran (SE) No. 14/US.200/2008 tentang Penyaluran Pembiayaan ARRUM. Tujuan diluncurkannya pembiayaan Arum disamping sebagai sebuah upaya diversifikasi produk di Pegadaian Syari'ah juga dengan maksud meningkatkan pemberdayaan para pengusaha mikro dan kecil yang



mebutuhkan pembiayaan modal kerja atau investasi secara syari'ah. Pembiayaan diberikan dalam jangka waktu tertentu dengan pengembalian pinjaman dilakukan secara angsuran dengan menggunakan konstruksi penjaminan secara gadai maupun fidusia. Skim ARRUM ini merupakan pinjaman kepada individual pengusaha mikro kecil.

c) *Mulia* (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi)

MULIA (Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi) yaitu suatu fasilitas kepemilikan emas batangan melalui penjualan logam mulia oleh Pegadaian kepada masyarakat secara tunai dan/atau dengan pola angsuran dengan proses cepat dalam jangka waktu tertentu yang fleksibel. Akad MULIA menggunakan Akad Murabahah dan Rahn.

Produk-produk yang ditawarkan Pegadaian lebih difokuskan kepada pinjaman yaitu Ar-Rahn. Karena bisnis inti dari Pegadaian Syari'ah adalah produk Ar-Rahn (gadai syari'ah) 80% dan produk lainnya adalah usaha lain 20%. Dalam melakukan pemasaran yang kompetitif, Pegadaian Syari'ah Jepara diharapkan terus menerus mengetahui dan memantau setiap gerak gerik pesaing. Tujuan dari persaingan adalah dengan mengetahui keunggulan pesaing dalam segala hal baik itu dari segi produk, harga, dan promosi.

2) Produk Non Pembiayaan Pegadaian Syari'ah :

a) Pegadaian MPO (Multi Payment Online)

Merupakan layanan Solusi pembayaran cepat yang memberi kemudahan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus memiliki rekening di bank. Berbagai layanan pembayaran tagihan bulanan, seperti pembayaran listrik, telepon, internet, Tv berlangganan, pulsa, tiket kereta api, serta Angsuran Suzuki finance, ITC Auto Multifinance dan Trihomas Finance, dapat dibayarkan secara online di outlet Pegadaian syari'ah diseluruh Indonesia.

b) Tabungan Emas

Merupakan layanan penjualan dan pembelian emas dengan fasilitas titipan. Hanya dengan menabung 5000 an bisa mendapat emas dengan berat mulai 0,01 gram. Saldo tabungan emas berupa gram emas seharga uang yang di tabungkan. Saldonya bisa di cairkan dalam bentuk uang dengan harga jual emas pada hari itu atau bisa di cetak

dalam bentuk emas batangan mulai dari kepingan 1 gram. Mekanisme transaksi produk Tabungan Emas di UPS Kudus:

- ✓ Transaksi Menabung Emas setiap hari maksimal senilai 50.000.000.
- ✓ Pegadaian Unit Syari'ah Ronggolawe per tahun bisa mendapatkan sejumlah 2.500 Nasabah dan untuk saat ini per bulan hanya ada 10 sampai 50 nasabah yang membuka berinvestasi tabungan emas.
- ✓ Kalangan terbanyak yang menabung emas di Pegadaian Syari'ah Ronggolawe didominasi oleh :
  - Pegawai Kantoran (Pajak, Koperasi, Pegadaian dan lain-lain)
  - Guru PNS dan Non- PNS
  - Anak SMA.

## 2. Analisis Data

### a. Uji Validitas

Penerapan Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid untuk mengetahui hasil pengukuran menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dan sekelompok parsial, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali, terhadap gejala yang sama. Pengukuran uji validitas dihitung dengan menggunakan sampel berjumlah 205 responden. Duwi Prayitno menyatakan pengukuran bisa dikatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.<sup>105</sup> Pada penelitian ini penentuan  $r$  tabel didapat dengan rumus  $df = (n-2)$  yakni  $205-4 = 201$  sehingga diperoleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,138. Hasil uji validitas setiap variabel tersaji dalam tabel 4.1 – 4.4

Uji validitas dan realibilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat disederhanakan sebagai berikut:

---

<sup>105</sup>Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data Dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hlm. 81

**Tabel 4.1**  
**Uji Validitas Variabel Promosi (X1)**

No	Variabel	<i>Person Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Promosi (X1)	0,567	0,138	Valid
2		0,601	0,138	Valid
3		0,562	0,138	Valid
4		0,538	0,138	Valid
5		0,593	0,138	Valid
6		0,588	0,138	Valid
7		0,663	0,138	Valid
8		0,548	0,138	Valid
9		0,522	0,138	Valid
10		0,594	0,138	Valid
11		0,653	0,138	Valid
12		0,643	0,138	Valid
13		0586	0,138	Valid
14		0,584	0,138	Valid
15		0,694	0,138	Valid

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semua nilai *Person Corelation* lebih dari r tabel (0,138) yang berarti semua pertanyaan dikatakan valid.

Hasil uji validitas variabel kualitas tersaji dalam tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Uji Validitas Kualitas (X2)**

No	Variabel	<i>Person Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Kualitas (X2)	0,410	0,138	Valid
2		0,429	0,138	Valid
3		0,387	0,138	Valid
4		0,430	0,138	Valid
5		0,410	0,138	Valid
6		0,376	0,138	Valid
7		0,357	0,138	Valid
8		0,420	0,138	Valid
9		0,358	0,138	Valid
10		0,437	0,138	Valid
11		0,417	0,138	Valid

12		0,405	0,138	Valid
13		0,383	0,138	Valid
14		0,340	0,138	Valid
15		0,388	0,138	Valid

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semua nilai *Person Corelation* lebih dari r tabel (0,138) yang berarti semua pertanyaan dikatakan valid.

Hasil uji validitas variabel Pendapatan tersaji dalam tabel 4.3 berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Uji Validitas Pendapatan (X3)**

No	Variabel	<i>Person Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Pendapatan (X3)	0,458	0,138	Valid
2		0,374	0,138	Valid
3		0,328	0,138	Valid
4		0,484	0,138	Valid

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa semua nilai *Person Corelation* lebih dari r tabel (0,138) yang berarti semua pertanyaan dikatakan valid.

Hasil uji validitas variabel Minat Masyarakat tersaji dalam tabel 4.4 berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Uji Validitas Minat Masyarakat (Y)**

No	Variabel	<i>Person Corelation</i>	R tabel	Keterangan
1	Minat Masyarakat (Y)	0,336	0,138	Valid
2		0,334	0,138	Valid
3		0,459	0,138	Valid
4		0,457	0,138	Valid
5		0,335	0,138	Valid
6		0,317	0,138	Valid
7		0,455	0,138	Valid
8		0,458	0,138	Valid
9		0,334	0,138	Valid
10		0,409	0,138	Valid
11		0,408	0,138	Valid

12	0,325	0,138	Valid
13	0,263	0,138	Valid
14	0,184	0,138	Valid
15	0,287	0,138	Valid

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

**b. Uji Reliabilitas**

Selanjutnya pengukuran keandalan suatu kuesioner dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran konsisten atau terhindar dari bias. Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi alat ukur untuk menilai *goodness of measure*. Pengukuran reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*, apabila koefisien  $\alpha > 0.60$  maka instrumen dikatakan handal. Berikut hasil pengujian reliabilitas. Hasil uji reliabilitas setiap variabel akan disajikan pada tabel 4.12 berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian**

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
Promosi (X1)	0,907	Reliabel
Kualitas (X2)	0,791	Reliabel
Pendapatan (X3)	0,630	Reliabel
Minat Masyarakat (Y)	0,752	Reliabel

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki  $\text{Alpha Cronbach} > 0,60$ , dengan demikian variabel dapat dikatakan reliabel.

**c. Uji Asumsi Klasik**

Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut:

**1) Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinearitas untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala

multikolinearitas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Promosi (X1)	0,923	1.083
Kualitas (X2)	0,994	1.006
Pendapatan (X3)	0,918	1.089

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Hasil pengujian pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu promosi, kualitas, dan pendapatan karena Nilai Tolerance lebih besar dari 0.10 dan semua nilai VIF kurang dari angka 10. Berdasarkan hasil pengujian yang tercermin dalam tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas, artinya tidak terjadi hubungan linear antara variabel bebas yang digunakan dalam model regresi.

**2) Uji Autokorelasi**

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

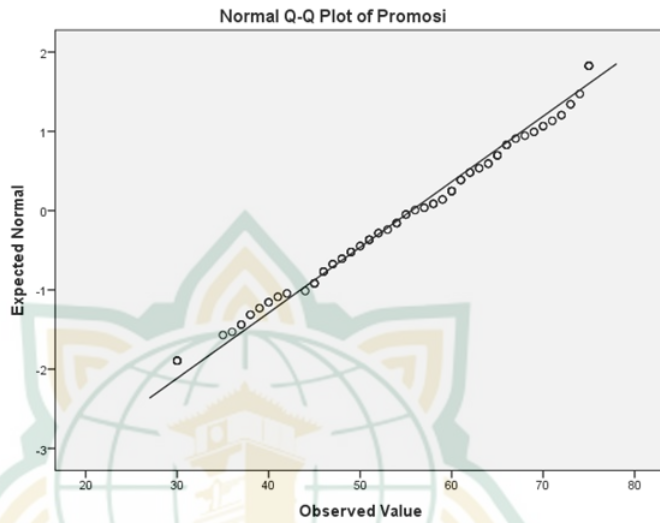
Model Summary <sup>b</sup>	
Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
6.469	1.733

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

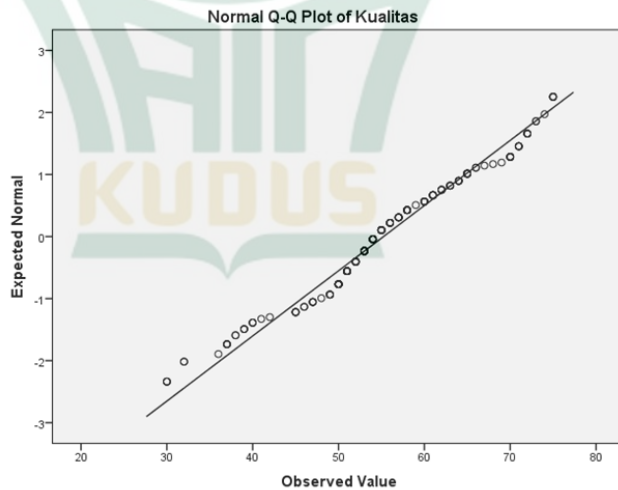
Dari hasil pengujian autokorelasi nilai Durbin Watson sebesar 1.733 nilai tersebut dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah responden 205 nasabah dan jumlah variabel bebas 4, maka diperoleh nilai  $d_l$  1.728 dan nilai  $d_u$  1.809 oleh karena nilai DW 1.730 diantara  $d_u < DW < 4 - d_u$  yaitu ( $1.728 < 1.733 < 2.191$ ) maka sesuai kaidah pengambilan keputusan disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi.

### 3) Uji Normalitas

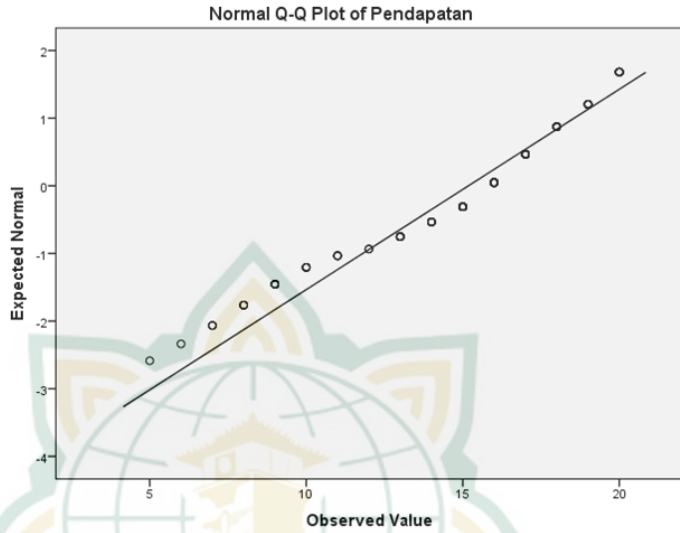
**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Independent Variabel: Promosi**



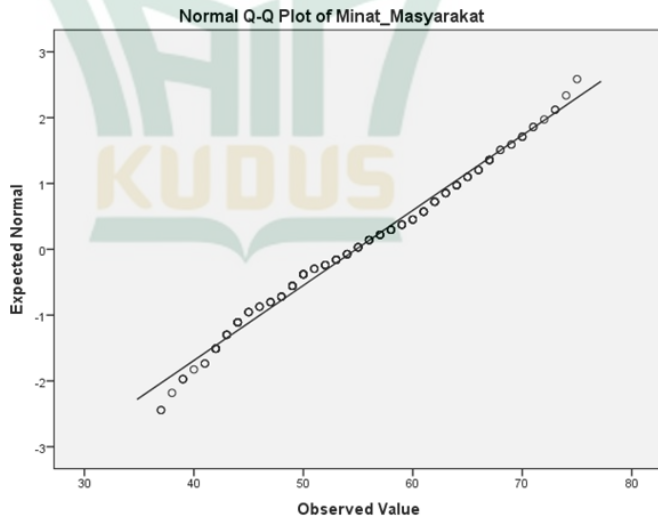
**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas Independent Variabel: Kualitas**



**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas Independent Variabel: Pendapatan**



**Gambar 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas Dependent Variabel: Minat Masyarakat**



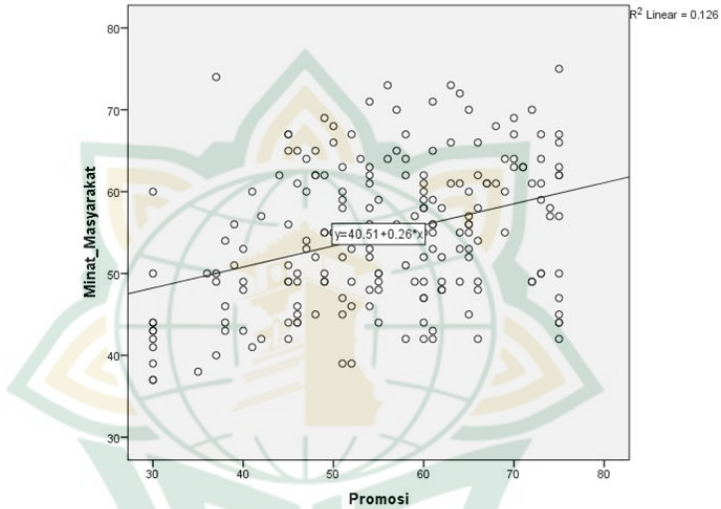
Uji normalitas bertujuan untuk menguji variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah



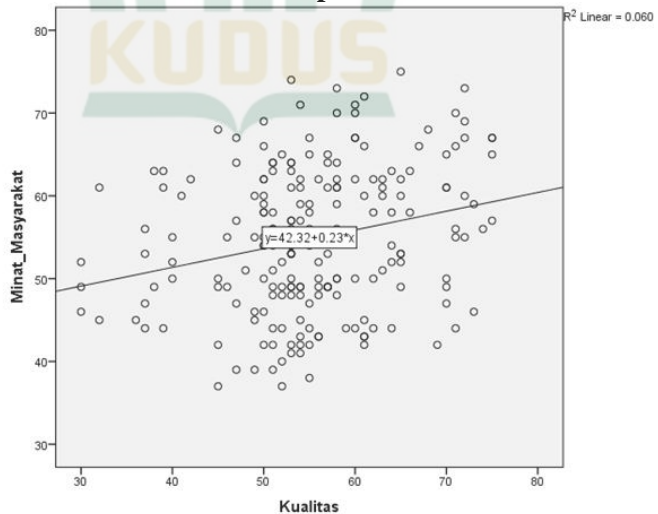
distribusi data normal atau mendekati normal. Berdasarkan *normal probabilityplot* pada gambar tersebut menunjukkan data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4) Uji Linieritas Data

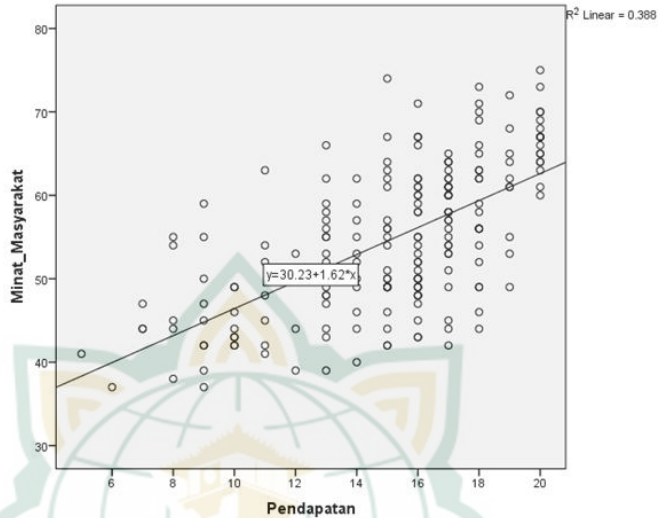
**Gambar 4.6**  
**Hasil Linieritas Data Independent Variabel: Promosi**



**Gambar 4.7**  
**Hasil Linieritas Data Independent Variabel: Kualitas**



**Gambar 4.8**  
**Hasil Linieritas Data Independent Variabel: Pendapatan**



Berdasarkan grafik, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk menganalisis Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus.

#### **d. Hasil Analisis Statistik**

##### **1) Analisis Regresi Linier Berganda**

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui analisis Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Analisis Statistik**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	14,869
	Promosi	0,144
	Kualitas	0,184
	Pendapatan	1,436

a. Dependent Variabel: Minat\_Masyarakat

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 14,869 + 0,144X_1 + 0,184X_2 + 1,436X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi Minat Masyarakat (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha$  0.05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta akan sering disebut juga dengan *intercept* (titik potong X dengan Y) mempunyai nilai sebesar 14,869 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel Promosi (X1), Kualitas (X2) dan Pendapatan (X3) yang mempengaruhi terhadap Minat Masyarakat (Y). Maka Minat Masyarakat (Y) akan memperoleh nilai 14,869.
- b. Variabel Promosi (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,144. Artinya variabel Promosi (X1) mempunyai pengaruh yang searah dengan Minat Masyarakat (Y), apabila variabel Promosi (X1) naik 1 satuan maka Minat Masyarakat (Y) akan naik sebesar 0,145 apabila variabel Promosi (X1) turun 1 satuan maka Minat Masyarakat (Y) akan turun sebesar 0,143.
- c. Variabel Kualitas (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,184. Artinya variabel Kualitas (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan Minat

Masyarakat(Y), apabila variabel Kualitas (X2) naik 1 satuan maka Minat Masyarakat(Y) akan naik sebesar 0,185 dan apabila variabel Kualitas (X2) turun 1 satuan maka Minat Masyarakat(Y) akan turun sebesar 0,183.

- d. Variabel Pendapatan (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat(Y), dengan koefisien regresi sebesar 1,436. Artinya variabel Pendapatan (X3) mempunyai pengaruh yang searah dengan Minat Masyarakat (Y), apabila variabel Pendapatan (X3) naik 1 satuan maka Minat Masyarakat(Y) akan naik sebesar 1,437 dan apabila variabel Pendapatan (X3) turun 1 satuan maka Minat Masyarakat(Y) akan turun sebesar 1,435.

2) Uji Statistik t

Dalam rangka pengujian hipotesis bahwa variabel Promosi, Kualitas, dan Pendapatan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat (Y) digunakan uji t. Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan  $t_{hitung}$  dari olah data SPSS.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji t**

Variabel	T	Sig.
Promosi	3.688	.000
Kualitas	3.849	.000
Pendapatan	10.255	.000

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

- a) Promosi

Dalam pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,5$  dan dengan derajat kebebasan  $df (N-k-1) = 205-3-1 = 201$  diperoleh  $t_{tabel} = 1.971$ . Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.688. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $3.688 > 1.971$ ) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Promosi berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus, sehingga  **$H_1$  diterima.**

- b) Kualitas

Dalam pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,5$  dan dengan derajat

kebebasan df  $(N-k-1) = 205-3-1 = 201$  diperoleh  $t_{tabel} 1.971$ . Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3.849. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $3.849 > 1.971$ ) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Kualitas berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus, sehingga  **$H_2$  diterima.**

c) Pendapatan

Dalam pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,5$  dan dengan derajat kebebasan df  $(N-k-1) = 205-3-1 = 201$  diperoleh  $t_{tabel} = 1.971$ . Hasil perhitungan pada regresi linear berganda diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10.255. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $10.255 > 1.971$ ) seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian,  $t_{hitung}$  berada pada daerah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus, sehingga  **$H_3$  diterima.**

3) Uji Statistik F

Langkah pertama yang merumuskan hipotesis yaitu Promosi, Kualitas, dan Pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat (Y) di Pegadaian Syari'ah Kudus.

Langkah kedua menentukan besarnya F tabel dengan ukuran sampel. Dimana dk pembilang= 3 dk penyebut= 205 dan nilai  $\alpha = 0.05$ , sehingga di dapat F tabel= 2.650.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

F	Sig.
57,955	.000 <sup>b</sup>

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung= 57.955 yang telah disajikan tabel F dalam persamaan regresi.

Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ( $57,955 > 2.650$ ) artinya Promosi, Kualitas, dan Pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus, sehingga  **$H_3$  diterima.**

4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y) perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah Minat Masyarakat, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah Promosi, Kualitas, dan Pendapatan. Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11****Hasil Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.681a	.464	.456

Sumber Data: *Output Pengolahan Data SPSS, 2022.*

Berdasarkan hasil koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai  $r = 0,681$ , hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas promosi, kualitas, dan pendapatan memiliki hubungan terhadap variabel terikat Minat Masyarakat (Y). Adapun hubungan yang terjadi positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linear berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  besarnya 0,464. Ini berarti bahwa variabel Minat Masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel Promosi, Kualitas, dan Pendapatan yang diturunkan dalam model sebesar 46,4% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) Minat Masyarakat (Y) sebesar  $(100\% - 46,4\% = 53,6\%)$ . Variabel Minat Masyarakat (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, jadi sisanya sebesar 53,6% Minat Masyarakat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus

Hasil pengujian statistik Promosi terhadap Minat Masyarakat mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  3,688 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,971 dan nilai  $p$  value (sig) 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,688 > 1,971$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara parsial Promosi berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dara Juliani Poli dimana Hasil penelitian ini membuktikan uji korelasi product moment diketahui nilai korelasi antara variabel X dan Variabel Y 0,752. Dengan signifikansi 0,000. Dapat dilihat bahwa Pearson Correlation pada uji korelasi ini adalah  $0,725 > r$  tabel (0,207) maka Variabel X berhubungan dengan Variabel Y. Kemudian berdasarkan uji koefisien determinasi diketahui nilai  $R^2$  (Square) dari tabel Model Summary adalah 0,526 atau 52,6%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel independen (Promosi) terhadap variabel dependen (Minat Nasabah) adalah sebesar 52,6%. Sedangkan sisanya 47,4% ( $100\% - 52,6\%$ ) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dalam Uji nilai Sig. untuk pengaruh X terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $9,875 > t$  tabel 1,987 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dengan demikian terdapat pengaruh Variabel X (Promosi) terhadap Variabel Y (Minat Nasabah). maka peneliti menarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu promosi gadai emas berpengaruh terhadap minat nasabah.

Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurmaulina, bahwa Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi  $Y = 20,683 + 0,581X$ , dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah pada produk Mulia di PT Pegadaian UPS Paus Ujung. Hasil uji  $t$  menunjukkan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah pada produk Mulia di PT Pegadaian UPS Paus Ujung. Hal ini dibuktikan dengan diketahui  $t_{hitung}$  sebesar (3,88)  $> t_{tabel}$  (1,66) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap minat nasabah. Nilai koefisien determinasi model adalah 0,398. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (promosi) terhadap variabel dependen (minat) adalah 39,8%,

sedangkan sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Tinjauan ekonomi islam tentang promosi sesuai dengan prinsip syariah karena promosi yang dilakukan menerapkan nilai-nilai moralitas.

## **2. Pengaruh Kualitas Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus**

Hasil pengujian statistik Kualitasterhadap Minat Masyarakat mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  3,849 dengan nilai  $t_{tabel}$  1,971 dan nilai  $p$  value (sig) 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3,849 > 1,971$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara parsial Kualitas berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus.

Penerimaan hipotesis kedua ini sejalan dengan Fitriani Nasir bahwa Untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki thitung sebesar 10,258. Karena nilai thitung lebih besar dari ttabel (1,979), maka  $H_0$  ditolak. Artinya koefisien regresi signifikan maka dapat dikatakan bahwa variabel promosi ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah ( $Y$ ). Ketiga kualitas pelayanan ( $X_3$ ) terdapat thitung lebih besar dari ttabel yaitu ( $10,258 > 1,979$ ), hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi signifikan maka dapat dikatakan bahwa variabel promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah ( $Y$ ). Sehingga menyatakan  $H_0$  ditolak, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan jasa rahn pada PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng. Pelayanan yang baik akan menimbulkan kepuasan dihati nasabah, nasabah yang merasa puas akan mempengaruhi minat untuk datang kembali menggunakan jasa rahn pada PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng.

Aulia Hidayah, dkk. bahwaberdasarkan hasil Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai thitung 2,408  $>$  ttabel 1,987 dan memiliki nilai signifikan (sig) 0,18 pada tabel coefficients dengan nilai  $\alpha$  (tingkat signifikan) 0,05. Artinya  $0,01 < 0,05$ . Dengan nilai ini memberikan makna bahwa secara parsial variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih ( $Y$ ). Adapun besaran pengaruhnya dapat dilihat pada kolom beta. Besaran pengaruh variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y$  yaitu 21,6%. Hasil ini dapat memberikan gambaran bahwa responden (nasabah) memandang bahwa Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh Pegadaian mampu secara signifikan mempengaruhi



keputusan nasabah untuk memilih produk Tabungan emas di pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza.

### 3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus

Hasil pengujian statistik Pendapatan terhadap Minat Masyarakat mendapatkan nilai  $t_{hitung}$  10.255 dengan nilai  $t_{tabel}$  1.971 dan nilai p value (sig) 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $10.255 > 1.971$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya secara parsial Pendapatan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat di Pegadaian Syari'ah Kudus.

Penerimaan hipotesis ini sejalan dengan Kd. Doni Swastawan dan Ni Wyn. Yulianita Dew, bahwa Hasil analisis uji t untuk variabel Tingkat Pendapatan diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $t_{hitung} = 3,667 > t_{tabel} = 1,985$ , hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  dan nilai probabilitas sebesar 0,000 artinya lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara tingkat pendapatan secara parsial terhadap Minat Menabung untuk Beryadnya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pendapatan terhadap Minat menabung di Bank Muamalat, hal ini juga sejalan dengan penelitian yaitu Pendapatan Bank Muamalat memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah Bank Muamalat di Bank Muamalat Cabang Balai Kota Medan. Artinya semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah yang mencerminkan semakin banyak juga harta yang dimiliki sehingga semakin maraknya kegiatan tabungan ke Bank. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Priaji (2011) yang mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

Juli Dwina Puspita Sari dan Sayyidah Azzafira, bahwa Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) pada variabel pendapatan (X1) terhadap Y yaitu minat calon nasabah memperlihatkan jika nilai probabilitas  $\leq$  taraf signifikan sebesar 0.05 ( $0.000 \leq 0,05$ ). Sehingga hipotesis  $H_1$  yang menyatakan: "Pendapatan berpengaruh terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa", terbukti kebenarannya. Hal ini menunjukkan bahwa  $H_1$  diterima  $H_0$  ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa.

#### 4. Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji F) diperoleh nilai koefisien F sebesar 57,955 pada taraf signifikansi 0,000 berdasarkan perhitungan tersebut, maka hipotesis berbunyi bahwa Pengaruh Promosi, Kualitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syari'ah Kudus dapat diterima.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dan variabel terikat diketahui nilai  $r = 0,681^a$  hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas Promosi, Kualitas, dan Pendapatan. Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat.

Dari hasil analisis regresi linear berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan  $R^2$  besarnya 0,464 Ini berarti bahwa variabel Minat Masyarakat dapat dijelaskan oleh variabel Promosi, Kualitas, dan Pendapatan yang diturunkan dalam model sebesar 46,4% atau dengan kata lain sumbangan efektif (kontribusi) variabel independen terhadap variasi (perubahan) Minat Masyarakat (Y) sebesar  $(100\% - 46,4\% = 53,6\%)$  Variabel Minat Masyarakat (Y) bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, jadi sisanya sebesar 53,6% Minat Masyarakat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Putri Yani, bahwa Berdasarkan hasil perhitungan uji statistik maka diperoleh nilai signifikan F sebesar 9.929 dengan tingkat signifikan 0.000 atau dibawah 0.05 yang berarti Produk Tabungan Emas (X1), Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y). Dan diketahui nilai F hitung adalah sebesar 9.929. karena nilai F hitung  $9.929 > F$  tabel 2,95 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Tabungan Emas (X1), Pelayanan (X2) dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah (Y).